

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
09.03.03 Прикладная информатика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Технологии цифрового продвижения и web-аналитики

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль): Прикладная информатика в экономике и бизнесе

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 564169
Подписал: заведующий кафедрой Каргина Лариса Андреевна
Дата: 15.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины являются:

- формирование у обучающихся системных знаний в области технологий цифрового продвижения и веб-аналитики;
- изучение современных методов привлечения и удержания пользователей в цифровой среде;
- развитие навыков сбора, обработки и интерпретации веб-аналитических данных для принятия управленческих решений;
- освоение инструментов seo, smm, контекстной и таргетированной рекламы;
- формирование компетенций по настройке и анализу эффективности цифровых каналов;
- изучение методик юнит-экономики, a/b-тестирования и оптимизации воронок продаж;
- развитие навыков работы с системами веб-аналитики (google analytics, Яндекс.метрика) и платформами автоматизации маркетинга.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и технологий искусственного интеллекта, а также с учетом основных требований информационной безопасности;

ПК-3 - Способен проводить обследование организаций, общаться с заказчиками, выявляя информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- настраивать цели, события и сегменты в системах веб-аналитики;
- строить отчёты и дашборды для мониторинга эффективности;
- проводить A/B-тесты и интерпретировать результаты;
- разрабатывать рекомендации по оптимизации цифровых каналов;
- рассчитывать юнит-экономику и анализировать воронку продаж.

Знать:

- основы цифрового маркетинга и веб-аналитики;
- методы сбора и обработки данных о поведении пользователей;
- показатели эффективности (KPI) для различных каналов продвижения;
- принципы работы SEO, контекстной и таргетированной рекламы;
- современные инструменты веб-аналитики и маркетинговой автоматизации.

Владеть:

- навыками работы с Google Analytics, Яндекс.Метрикой;
- методами SEO-аудита и оптимизации;
- инструментами контекстной и таргетированной рекламы;
- способами визуализации аналитических данных;
- приёмами управления репутацией и контентом в социальных сетях.

3. Объем дисциплины (модуля).**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 44 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме

контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Теоретические основы цифрового продвижения. Рассматриваемые вопросы: - понятие digital-маркетинга и его инструменты; - воронка маркетинга (AIDA, AAARRR); - целевая аудитория и портрет пользователя.
2	SEO (поисковая оптимизация). Рассматриваемые вопросы: - внутренняя и внешняя оптимизация сайта; - сбор семантического ядра, метатеги; - крауд-маркетинг и ссылочное продвижение.
3	Контекстная и таргетированная реклама. Рассматриваемые вопросы: - принципы аукционов, ключевые слова, ставки; - Яндекс.Директ, VK Реклама; - показатели CTR, CPC, CPM, ROMI.
4	SMM и контент-маркетинг. Рассматриваемые вопросы: - стратегии продвижения в социальных сетях; - форматы контента (текст, видео, сторис, подкасты); - взаимодействие с аудиторией, KPI вовлечённости.
5	Веб-аналитика: метрики и KPI. Рассматриваемые вопросы: - пользователи, сеансы, просмотры, отказы, глубина; - конверсия, цели, события; - юнит-экономика (CAC, LTV, ROI).
6	Инструменты веб-аналитики. Рассматриваемые вопросы: - Google Analytics и Яндекс.Метрика: интерфейс, настройка; - вебвизор, тепловые карты, сегментация; - построение отчётов и дашбордов.
7	Анализ воронки продаж и A/B-тестирование. Рассматриваемые вопросы: - построение воронки, выявление узких мест; - расчёт маржинальности, сквозная аналитика; - A/B-тесты: планирование, статистическая значимость.
8	Автоматизация маркетинга и современные технологии. Рассматриваемые вопросы: - CRM-интеграция, коллтрекинг;

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- системы маркетинговой автоматизации (Mindbox, Sendsay); - искусственный интеллект и чат-боты в продвижении.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Анализ структуры и аудитории цифрового проекта. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - исследование целевой аудитории и построение CJM; - выбор каналов продвижения для разных сегментов.
2	Работа с системами веб-аналитики. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - установку счётчиков Яндекс.Метрики и Google Analytics; - настройку целей, событий, сегментов и фильтров.
3	Построение отчётов и дашбордов. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - создание сводных отчётов в Google Looker Studio; - визуализацию ключевых показателей эффективности.
4	SEO-аудит и оптимизация. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - анализ метатегов, заголовков, скорости загрузки; - использование сервисов (Serpstat, SpyWords, Яндекс.Вебмастер).
5	Настройка рекламной кампании в Яндекс.Директе. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - сбор семантического ядра, написание объявлений; - выбор стратегии, запуск и анализ эффективности.
6	Анализ эффективности рекламных каналов. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - расчёт ROMI, CPA, ROAS по каждому каналу; - оптимизацию ставок и объявлений по данным отчётов.
7	A/B-тестирование и работа с воронкой. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - построение гипотез и планирование A/B-теста; - анализ результатов с помощью веб-аналитики.
8	Итоговый проект. В результате работы на практическом занятии студент изучает темы и осваивает: - разработку стратегии цифрового продвижения для реального бизнеса; - подготовку аналитического отчёта с дашбордом и выводами.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом

№ п/п	Вид самостоятельной работы
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Кметь Е.Б., Юрченко Н.А. Цифровой маркетинг : учебник для вузов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 128 с. — ISBN 978-5-507-54499-8.	— Текст : электронный // Издательство «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/462350 (дата обращения: 11.06.2026).
2	Жильцова О.Н. и др. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8.	— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560243 (дата обращения: 11.06.2026).
3	Милинчук Е.С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов. — Москва : Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6.	— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543211 (дата обращения: 11.06.2026).
4	Беленькая Ю.П. и др. SMM и SEO-технологии : учебное пособие. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.	— Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 11.06.2026).

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

Федеральная служба государственной статистики: <https://rosstat.gov.ru/>

КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru/>

Гарант: <http://www.garant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Операционная система Microsoft Windows.
Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Информационные системы
цифровой экономики»

И.И. Соколова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ИСЦЭ

Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян