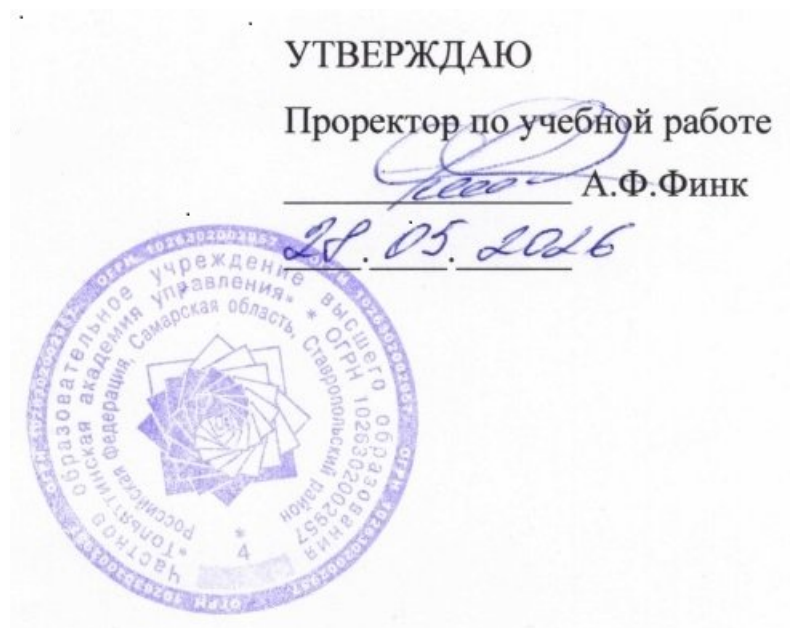


Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Финк Анастасия Федоровна
 Должность: Проректор по учебной работе
 Дата подписания: 08.06.2026 11:03:41
 Уникальный программный ключ:
 2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

кафедра связей с общественностью



Б1.В.05

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	Оценка эффективности маркетинговой кампании
По направлению подготовки	38.03.02 «Менеджмент»
Профиль (программа бакалавриата)	«Бизнес-аналитика в управленческой деятельности»
Форма обучения	Очная

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры связей с общественностью

Протокол заседания № 10 от «15» мая 2026 г.

Заведующий кафедрой Шнякина Юлия Равильевна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 №970 (с изменениями и дополнениями), и учебного плана направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Бизнес-аналитика в управленческой деятельности» (программа бакалавриата).

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕТ / 108 академических часов, в том числе: 20 часов контактной работы и 52 часа самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего):		20					20			
в том числе:										
Лекции		4					4			
Практические занятия		12					12			
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4					4			
Самостоятельная работа (всего):		52					52			
Виды промежуточной аттестации		Экзамен (36)					Экзамен (36)			
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	108					108			
	Зач. ед.:	3					3			

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель - формирование у обучающихся специальные знания, навыки, умения, связанные с подготовкой и организацией проведения качественного маркетингового анализа, необходимого для создания своей эффективной маркетинговой кампании в будущем.

Задачи:

- научиться анализировать рынок и подстраиваться под его изменения;
- научиться работать с большим объёмом информации;
- научиться использовать приёмы аналитики в своей сфере деятельности.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) в части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение данной дисциплины базируется на материале, полученном во время изучения дисциплин «Общая экономическая подготовка», «Общая коммуникационная подготовка».

Дисциплина, при изучении которой будут использоваться знания, умения и навыки, приобретённые в результате изучения данной дисциплины, - «Экономика предприятия и региона», «Преддипломная практика», а также для написания выпускной квалификационной работы.

Также, прохождение обучающимися данной дисциплины поможет им в дальнейшей профессиональной деятельности.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен применять технологии маркетинговых исследований разных видов, в том числе с использованием специализированных программ для сбора информации, с целью выявления новых рыночных возможностей	ПК-1.2 Проводит сбор и обработку маркетинговых исследований с использованием инструментов аналитики данных, с целью выявления новых рыночных возможностей	Знать: - взаимосвязь аналитики и маркетинга; Уметь: - разрабатывать план по оценке маркетинговых кампаний; - оценивать маркетинговые кампании и делать выводы по маркетинговой деятельности. Владеть: - способами оценивания маркетинговых кампаний; - навыками составления отчётности для оценки маркетинговых кампаний; - современными способами обработки и представления информации для оценки эффективности деятельности компании.

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 5

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточ ная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируем ые компетенци и
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		лекции	практиче ские занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
Раздел 1. Введение в аналитику	Тема 1. Что такое аналитика и её функции	2	2		10	Повторение пройденного материала		Устный опрос	ПК-1.2
	Тема 2. Виды аналитики и их назначение	-	2		10	Повторение пройденного материала		Выступление с докладом	ПК-1.2
	Тема 3. Маркетинговые исследования	-	4		12	Повторение пройденного материала, подготовка к семинару дискуссии, подготовка к тестированию		Выступление с докладом, тестирование	ПК-1.2
Раздел 2. Работа с информац ионными каналами	Тема 4. Работа с массивами данных	2	2		10	Повторение пройденного материала		Устный опрос	ПК-1.2
	Тема 5. Инструменты	-	2		10	Повторение пройденного материала, подготовка к		Выступление с докладом	ПК-1.2

	создания каналов обратной связи					семинару-дискуссии			
Форма промежуточной аттестации Экзамен						Подготовка к промежуточной аттестации	36		
Итого		4	12	4	52	-	36		
		108							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Введение в аналитику

Тема 1. Что такое аналитика и её функции

Общее понятие аналитики. Функции аналитики. Аналитика в маркетинговой деятельности. Технология организации работ по маркетинговому анализу. Методики исследования рынка. Сбор маркетинговой информации для сохранения эффективных показателей.

Тема 2. Виды аналитики и их назначение

Виды аналитики – ретроспективная и проспективная. Ретроспективный анализ и его назначение. Проспективный анализ и его назначение. Методы исследований, доступные внутренним маркетинговым службам. Фокус-группы и другие методы исследования.

Тема 3. Маркетинговые исследования

Понятие маркетингового исследования. Процесс маркетингового исследования. Фазы маркетингового исследования. Принципы маркетингового исследования. Классификация методов маркетингового исследования.

Раздел 2. Работа с информационными каналами

Тема 4. Работа с массивами данных

Методы сбора маркетинговой информации. Инструменты анализа маркетинговой информации. Инструменты работы с массивами данных. Понятие предиктивного маркетинга. Задачи предиктивного маркетинга.

Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи

Назначение каналов обратной связи. Концепция обратной связи. Инструменты по созданию каналов обратной связи. Каналы для поддержания обратной связи. Принципы эффективной обратной связи. Значение обратной связи. Сервисы для поддержания обратной связи.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, изучения дополнительного теоретического материала по темам 2-5, подготовки докладов по темам 2, 3, 5, подготовки к проверочным тестам и промежуточным аттестациям.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Тема 1. Что такое аналитика и её функции	Традиционная технология	Лекция

Тема 2. Виды аналитики и их назначение	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>
Тема 3. Маркетинговые исследования	<i>Традиционная технология</i>	<i>Тестирование</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>
Тема 4. Работа с массивами данных	<i>Традиционная технология</i>	<i>Лекция</i>
Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Семинар-дискуссия</i>

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных теоретических опросах, выполняют практические и индивидуальные задания, тесты, участвуют в коллективных разработках, выступают с докладами. Результаты данных видов работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ и тестов является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все практические задания и тесты, не сделавшие хотя бы одного публичного доклада и не участвующие хотя бы в одной коллективной разработке не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен по окончании 5 семестра обучения в форме устного ответа на теоретический вопрос и выполнения практического задания.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в фондах оценочных средств.

Промежуточная аттестация.

Список вопросов для подготовки к экзамену за 5 семестр

1. Понятие аналитики как инструмента в маркетинговой деятельности.
2. Функции аналитики.
3. Методики проведения маркетингового анализа. Самая эффективная методика.
4. Методика организации работ для эффективного маркетингового анализа.

5. Методики исследования рынка.
6. Сегментирование рынка как инструмент при маркетинговом анализе.
7. Понятие ретроспективной аналитики.
8. Понятие проспективной аналитики.
9. Достоинства обоих видов аналитики.
10. Недостатки обоих видов аналитики.
11. Ретроспективный анализ и его значение для маркетинговой деятельности.
12. Проспективный анализ и его значение для маркетинговой деятельности.
13. Методы исследования для внутренних маркетинговых служб.
14. Фокус-группы как метод-исследования.
15. Понятие маркетингового исследования.
16. Фазы и этапы маркетингового исследования.
17. Принципы эффективного маркетингового исследования.
18. Классификации методов маркетингового исследования.
19. Методы сбора маркетинговой информации.
20. Интервью как метод сбора маркетинговой информации.
21. Инструменты работы с данными.
22. Инструменты, применяемые для анализа маркетинговых данных.
23. Понятие предиктивного маркетинга.
24. Задачи предиктивного маркетинга.
25. Предиктивная аналитика.
26. Назначение каналов обратной связи.
27. Концепция эффективной обратной связи.
28. Инструменты для создания каналов обратной связи.
29. Сервисы для поддержания обратной связи.
30. Типы клиентов и подходящие к ним каналы обратной связи.

Пример практического задания

В рамках организации, где вы работаете, проанализировать эффективность маркетинга.

Заполнить таблицу не менее 20 показателями.

- 1 колонка. Показатель эффективности (например средний чек).
- 2 колонка. Развернутый ответ почему этот показатель вы выбрали.
- 3 колонка. Источник данных, для анализа показателя.
- 4 колонка. Единицы измерения показателя.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

10.1 Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Срок действия договора - бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	ЛД ООО "Консультант" дог. № 251 от 01.01.2024 с с ДС № 5, 6. Срок действия договора - бессрочный
5	Антивирус Касперского 10 для Windows Workstations (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License)	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная

10.2. Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

1. СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;

2. 7-Zip – архиватор;
3. Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
4. Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1.	Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие / Т. Н. Рыжикова. - Москва : Инфра-М, 2026. - 288 с. - ISBN 978-5-16-100661-0 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=471422	учебное пособие	ЭБС
2.	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2023. - 292 с. - ISBN 978-5-394-05145-6. - ЭБС Знаниум. - URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=431633	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

1. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии : учеб. пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова. - Москва : Инфра-М, 2021. - 173 с. - ISBN 978-5-16-101226-0 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=414015>
2. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. - Москва : Инфра-М, 2024. - 231 с. - ISBN 978-5-16-108755-8 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436540>
3. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Инфра-М, 2022. - 512 с. - ISBN 978-5-16-110570-2 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=399580>
4. Казакова, Н. А. Маркетинговый анализ : учеб. пособие / Н. А. Казакова. - Москва : Инфра-М, 2023. - 240 с. - ISBN 978-5-16-101119-5 (online). - ЭБС Знаниум. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=417704>

Периодические издания:

1. Вопросы экономики: научно-практический журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/6645>.
2. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - УБД ИВИС. - URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18786>.
3. Социально-гуманитарные знания : научно - образовательный журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/63829>

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека TAY. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций, выполнение практических заданий, участие в семинарах–дискуссиях, выполнение заданий для самостоятельной работы. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочесть материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений.

При работе над докладом-эссе обучающемуся следует самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием аналитического инструментария, строить логические выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Объем доклада-эссе не должен превышать 3-4 страниц печатного текста. Результаты запланированных в дисциплине докладов-эссе должны быть оформлены в соответствии с требованиями Академии к оформлению текстовых документов. Выступление с докладом и устные ответы на вопросы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Некоторые практические задания (по темам «Сравнительный анализ статистических данных», «Корреляционный анализ статистических

данных», «Моделирование ключевых понятий») не могут быть сделаны только в рамках выделенного объема контактной работы (в аудитории) и «доделываются» в часы самостоятельной работы. Сдача таких работ на проверку осуществляется теми же самыми способами, что и по окончании практических занятий. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработку, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы (подготовка докладов-эссе, решение дополнительных задач) по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа сопровождается методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении экзамена.

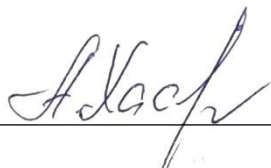
Формой промежуточного контроля выступает экзамен. Экзамен выставляется по результатам текущего контроля, которые озвучиваются на последнем очном занятии.

Критерии промежуточной аттестации по экзамену озвучиваются преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

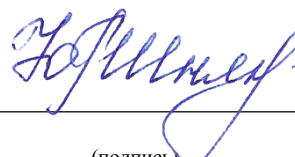
Разработчик:

А.З. Хасаншина, к.п.н., доцент


(подпись)

Заведующий кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент


(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой:

Никитина Н.В., д.э.н., доцент


(подпись)

Директор БИК

О.В. Балакина


(подпись)

Начальника ООУП

Фирсова С.В.


(подпись)