

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев
«24» июня 2025 г.



ПРОГРАММА

повышения квалификации

**«Аналитика данных в маркетинге:
как основа принятия решений в бизнесе»**

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Аналитика данных в маркетинге: как основа принятия решений в бизнесе»

Общая характеристика программы

Цель программы – формирование и совершенствование у слушателей компетенций и практических навыков, необходимых для сбора, обработки и интерпретации маркетинговых данных для принятия обоснованных управленческих решений. Программа направлена на освоение современных инструментов аналитики и их практическое применение в маркетинговых стратегиях.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

1. Профессиональный стандарт «Маркетолог» (приказ Минтруда РФ № 366н от 04.06.2018);
2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих (ЕКСД).

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- способность собирать, обрабатывать и анализировать как структурированные, так и неструктурированные данные;
- способность применять различные методы анализа для выявления тенденций и закономерностей;
- способность создавать наглядные и информативные визуализации данных для представления результатов анализа;
- способность разрабатывать и оптимизировать маркетинговые стратегии на основе данных;
- способность выявлять точки роста бизнеса через анализ метрик;
- способность принимать решения на основе данных.

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- основные концепции и принципы аналитики данных в маркетинге;
- различные методы и инструменты сбора, обработки и анализа данных;
- основы работы с популярными аналитическими инструментами аналитики;
- принципы сегментации аудитории и таргетинга на основе данных.

Уметь:

- собирать и обрабатывать данные из различных источников, включая CRM-системы и веб-аналитику;
- применять методы анализа данных для выявления ключевых тенденций и закономерностей;
- создавать информативные визуализации данных для представления результатов анализа;
- разрабатывать и оптимизировать маркетинговые стратегии на основе полученных данных;
- оценивать эффективность маркетинговых кампаний и вносить изменения на основе анализа результатов.

Владеть:

- навыками работы с Excel для анализа данных и выполнения запросов;
- умением использовать инструменты аналитики для принятия обоснованных бизнес-решений;
- компетенциями в области визуализации данных и адаптации представлений для различных аудиторий.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев
«24» июня 2025 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Аналитика данных в маркетинге:
как основа принятия решений в бизнесе»

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие высшее образование.
Категория слушателей	Программа предназначена для: - маркетологов и специалистов по рекламе, желающих повысить свою квалификацию в области аналитики данных; - руководителей и менеджеров, принимающих решения на основе данных; - студентов и выпускников, интересующихся карьерой в области маркетинга и аналитики данных; - всех, кто хочет научиться использовать данные для улучшения бизнес-процессов и маркетинговых стратегий.
Срок обучения	36 акад. часов, 2 недели
Форма обучения	Очная-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	4 часа в день

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
**«Аналитика данных в маркетинге:
как основа принятия решений в бизнесе»**

№	Наименование раздела, темы	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
			Всего часов	из них			
				Лекции	Практи- ческие занятия		
1	Тема 1. Введение в аналитику данных: понятие и значение аналитики данных в современном бизнесе.	6	4	2	2	2	Проект ная работа
2	Тема 2. Методы сбора и обработки данных: способы сбора данных: опросы, веб-аналитика, CRM-системы.	6	4	2	2	2	Проект ная работа
3	Тема 3. Инструменты аналитики: обзор популярных инструментов.	6	4	2	2	2	Проект ная работа
4	Тема 4. Анализ данных и визуализация. Визуализация данных для представления результатов.	8	4	2	2	4	Проект ная работа
5	Тема 5. Применение аналитики в маркетинговых стратегиях: как использовать данные для сегментации аудитории и таргетинга.	8	4	2	2	4	Проект ная работа
6	Итоговая аттестация	2				2	тестиро- вание
	ВСЕГО	36	20	10	10	16	Зачет

Разработчики программы:

Кылчик В.Н., директор «VN Consulting», эксперт по маркетингу и процессам цифровизации бизнеса.

Зинченко Н.В., канд.экон.наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ.

Директор
Центра дополнительного образования



Ю А Рюмина

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации
«Аналитика данных в маркетинге:
как основа принятия решений в бизнесе»

Объем программы – 32 часа.
Продолжительность обучения – 2 недели

Наименование дисциплин, тем	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	КР	СР	П	С	ПА	ИА	Всего
Тема 1. Введение в аналитику данных: понятие и значение аналитики данных в современном бизнесе.	4							2					6
Тема 2. Методы сбора и обработки данных: способы сбора данных: опросы, веб-аналитика, CRM-системы.		4						2					6
Тема 3. Инструменты аналитики: обзор популярных инструментов.			4					2					6
Тема 4. Анализ данных и визуализация. Визуализация данных для представления результатов.				4				2					6
Тема 5. Применение аналитики в маркетинговых стратегиях: как использовать данные для сегментации аудитории и таргетинга.					4			2					6
Итоговая аттестация								2					2
Итого	4	4	4	4	4			12					32

Форма обучения – очная-заочная с применением дистанционных технологий.

Директор Центра дополнительного образования

«24» июня 2025 г

 Ю.А. Рюмина

Содержание тем

Тема 1. Введение в аналитику данных

Аналитика данных представляет собой процесс систематического анализа информации для принятия обоснованных бизнес-решений. В современном бизнесе она играет ключевую роль, позволяя компаниям выявлять тренды, оптимизировать процессы и повышать конкурентоспособность. Данные делятся на структурированные, которые легко поддаются анализу, и неструктурированные, требующие дополнительных усилий для обработки.

Тема 2. Методы сбора и обработки данных

Сбор данных может осуществляться различными способами, включая опросы, веб-аналитику и использование CRM-систем. Эффективная обработка и очистка данных являются необходимыми этапами перед анализом, так как они обеспечивают достоверность и качество получаемых результатов.

Тема 3. Инструменты аналитики

Существует множество инструментов для аналитики данных, каждый из которых имеет свои уникальные функции для визуализации и анализа информации. Кроме того, знание основ работы с Excel позволяет проводить более глубокий анализ и манипуляции с данными.

Тема 4. Анализ данных и визуализация

Методы анализа данных включают дескриптивный, предсказательный и прескриптивный анализ, каждый из которых служит своей цели в понимании и интерпретации данных. Визуализация данных помогает эффективно представлять результаты анализа, делая их более понятными и доступными для различных аудиторий.

Тема 5. Применение аналитики в маркетинговых стратегиях

Аналитика данных позволяет проводить сегментацию аудитории и таргетинг, что значительно повышает эффективность маркетинговых кампаний. Оценка результатов на основе данных помогает компаниям адаптировать свои стратегии, увеличивая возврат на инвестиции и улучшая взаимодействие с клиентами.

Содержание практических занятий

№ модуля	Наименование (содержание) тем, по которым предусмотрено практическое занятие	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Введение в аналитику данных: понятие и значение аналитики данных в современном бизнесе. Основные виды данных: структурированные и неструктурированные.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 2. Методы сбора и обработки данных: способы сбора данных: опросы, веб-аналитика, CRM-системы. Обработка и очистка данных для анализа.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
3	Тема 3. Инструменты аналитики: обзор популярных инструментов. Основы работы с Excel	Устный опрос, выполнение

	для анализа данных.	практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом
4	Тема 4. Анализ данных и визуализация: методы анализа данных. Визуализация данных для представления результатов.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
5	Тема 5. Применение аналитики в маркетинговых стратегиях: как использовать данные для сегментации аудитории и таргетинга. Оценка эффективности маркетинговых кампаний на основе данных.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) тем	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Введение в аналитику данных: понятие и значение аналитики данных в современном бизнесе. Основные виды данных: структурированные и неструктурированные.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 2. Методы сбора и обработки данных: способы сбора данных: опросы, веб-аналитика, CRM-системы. Обработка и очистка данных для анализа.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 3. Инструменты аналитики: обзор популярных инструментов. Основы работы с Excel для анализа данных.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
4	Тема 4. Анализ данных и визуализация: методы анализа данных. Визуализация данных для представления результатов.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
5	Тема 5. Применение аналитики в маркетинговых стратегиях: как использовать данные для сегментации аудитории и таргетинга. Оценка эффективности маркетинговых кампаний на основе данных.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Основная литература

1. Гарсиа, Э. Аналитика данных для бизнеса: как принимать решения на основе данных / Э. Гарсиа. — М.: Альпина Паблишер, 2020.
2. Майер, Т. Визуализация данных: практическое руководство по созданию эффективных графиков и диаграмм / Т. Майер. — М.: ДМК Пресс, 2019.
3. Пауэлл, С. SQL для анализа данных: как использовать SQL для извлечения и анализа информации / С. Пауэлл. — М.: БХВ-Петербург, 2021.
4. Томпсон, Р. Аналитика больших данных: от теории к практике / Р. Томпсон. — М.: Вильямс, 2022.

Дополнительная литература

1. Робертс, Дж. Маркетинг в эпоху данных: как использовать аналитику для достижения успеха / Дж. Робертс. — СПб.: Питер, 2018.
2. Смирнов, А. Основы веб-аналитики: как анализировать поведение пользователей на сайте / А. Смирнов. — М.: ИД «Финансы и статистика», 2020.
3. Шумейко, О. Этика в аналитике данных: защита персональных данных и соблюдение норм / О. Шумейко. — М.: Юрайт, 2021.

Организационно-педагогические условия реализации программы повышения квалификации

1. Материально-технические условия, необходимые для осуществления образовательного процесса

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебный интерактивный класс	Лекции Практические занятия	Мультимедийное оборудование, компьютеры. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов.

Материально-технические условия соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

***Примечание.** В случае проведения учебных занятий с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) у слушателя должен быть персональный компьютер, оснащенный аудиокolonками, с доступом в сеть интернет и установленным видеоплеером, способным воспроизводить видеофайлы.*

2. Перечень информационных технологий и учебно-методическим условий, используемых при осуществлении образовательного процесса

При проведении занятий с применением ЭО и ДОТ проведение вебинаров для слушателей осуществляется в удаленном доступе. Преподавателями используются компьютерные презентации, работа в чате, индивидуальное консультирование слушателей.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид Занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Система дистанционного обучения, система видеоконференцсвязи	Итоговая аттестация	Компьютер, подключенный к сети Интернет; интернет-браузер; Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов

3. Организация образовательного процесса

В образовательном процессе используются разнообразные формы работы со слушателями, такие, как:

- лекция (видеолекция) с мультимедийным сопровождением по наиболее сложным вопросам программы;
- лекция-вебинар с использованием современных технических средств обучения;
- практические занятия и самостоятельная работа с использованием современных технических средств обучения;
- кейс-стади (в том числе видео-кейсы) – изучение конкретных ситуаций из практики (casestudy), для выполнения данного вида заданий обучающимся должна быть представлена в письменной форме информация относительно реальной ситуации (профессиональной или жизненной) и поставлены конкретные задачи её изучения проблемы, обучающиеся анализируют различные аспекты проблемы и предлагают выработанные решения;
- Тестирование, как метод оценки знаний, умений, навыков обучающихся и др.

Обучение проводится, в том числе с использованием ЭО и ДОТ, реализуемых посредством информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии слушателей и педагогических работников.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются необходимыми для эффективного прохождения обучения учебно-методическими материалами и информационными ресурсами в объеме изучаемого курса, которые могут быть объединены в учебно-методический комплекс. Материалы учебно-методического комплекса доводятся до всех слушателей курса.

Итоговая аттестация проводится на образовательном портале Финансового университета посредством информационно-телекоммуникационных сетей.

3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Обучение по программе осуществляют высококвалифицированные преподаватели Финуниверситета и специалисты-практики.

Описание системы оценки качества освоения программы

В систему оценки качества освоения программы входят:

- текущий контроль;
- итоговая аттестация.

1. Текущий контроль успеваемости реализуется в ходе проведения практических занятий в форме устного опроса, обмена опытом работы, выступлений слушателей по узловым вопросам программы, путем выполнения практических заданий, разбора конкретных ситуаций, тестирования.

2. Форма итоговой аттестации – зачет в форме тестирования.

Примеры тестовых заданий для итоговой аттестации:

1. Какое из следующих утверждений о больших данных верно?

- А) Большие данные всегда структурированы.
- В) Большие данные не могут быть обработаны традиционными методами.

С) Большие данные не требуют хранения.

Д) Большие данные — это только текстовая информация.

Правильный ответ: В

2. Что такое SQL?

А) Язык программирования для создания веб-сайтов.

В) Язык запросов для работы с реляционными базами данных.

С) Язык разметки для создания документов.

Д) Язык для анализа данных в Excel.

Правильный ответ: В

3. Какой из следующих методов используется для визуализации данных?

А) Кластеризация.

В) Деревья решений.

С) Гистограммы.

D) Регрессия.

Правильный ответ: C

4. Что такое A/B тестирование?

A) Метод для анализа больших данных.

B) Метод сравнения двух вариантов для определения более эффективного.

C) Метод прогнозирования будущих трендов.

D) Метод сбора данных о пользователях.

Правильный ответ: B

5. Какой из следующих инструментов является примером веб-аналитики?

A) Google Ads.

B) Google Analytics.

C) Microsoft Word.

D) Tableau.

Правильный ответ: B

6. Какой из следующих факторов не влияет на качество данных?

A) Достоверность источника.

B) Актуальность информации.

C) Формат данных.

D) Время суток.

Правильный ответ: D

7. Что такое регрессионный анализ?

A) Метод для группировки данных.

B) Метод для прогнозирования значений на основе предыдущих данных.

C) Метод для визуализации данных.

D) Метод для очистки данных.

Правильный ответ: B

8. Какой из следующих показателей используется для измерения эффективности рекламной кампании?

A) ROI (возврат на инвестиции).

B) KPI (ключевые показатели эффективности).

C) CTR (кликабельность).

D) Все вышеперечисленные.

Правильный ответ: D

9. Что такое данные "первого порядка"?

A) Данные, собранные непосредственно от источника.

- В) Данные, собранные из вторичных источников.
 - С) Данные, которые уже были проанализированы.
 - Д) Данные, которые не имеют отношения к исследованию.
- Правильный ответ: А

10. Какой из следующих методов используется для обработки отсутствующих данных?

- А) Удаление записей.
- В) Заполнение средним значением.
- С) Импутация.
- Д) Все вышеперечисленные.

Правильный ответ: D

Порядок проведения: тестирование проводится с личного компьютера, 25 тестовых вопросов, которые соответствуют темам, рассмотренным в рамках всей учебной программы, количество попыток – 2.

Для получения зачета необходимо правильно ответить не менее чем на 20 тестовых вопросов в любой попытке.

Слушателям, которые успешно прошли итоговую аттестацию выдается **удостоверение о повышении квалификации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.**

Программа рассмотрена и утверждена
на заседании Ученого совета Краснодарского филиала
Протокол от 24.06.2025 г. № 29

Директор
Центра дополнительного образования
«24» июня 2025 г.

 Ю.А. Рюмина