

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