

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

РЕКЛАМНАЯ АНАЛИТИКА В EXCEL

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Реклама и связи с общественностью в цифровой среде»

Наименование направленности (профиля)/специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

РЕКЛАМНАЯ АНАЛИТИКА В EXCEL

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Д.э.н, доцент, профессор Ю.Ю. Шитова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

№ 6 от 30.10.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

- 1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)
- 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

- 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
- 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
- 9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины

Формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков в области рекламной аналитики, направленных на анализ эффективности рекламных кампаний с использованием инструментов Microsoft Excel. Освоение методов обработки, визуализации и интерпретации данных для принятия обоснованных маркетинговых решений.

Задачи дисциплины

1. Изучить теоретические основы рекламной аналитики, ключевые метрики и показатели эффективности рекламы (CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS).
2. Освоить методы сбора, обработки и очистки рекламных данных с помощью функций и инструментов Excel.
3. Научиться анализировать рекламные кампании с помощью сводных таблиц, графиков и дашбордов.
4. Овладеть методами прогнозирования рекламных затрат и результатов с использованием функций Excel.
5. Развить навыки автоматизации отчетности и аналитики с помощью формул, макросов и Power Query.
6. Применять полученные знания для оптимизации рекламных стратегий и повышения эффективности маркетинговых решений.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде	<p>Знать: основные показатели эффективности рекламы (CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS), методы работы с данными в Excel.</p> <p>Уметь: собирать, обрабатывать и анализировать рекламные данные, применять Excel для расчета ключевых метрик.</p> <p>Владеть: инструментами Excel для анализа данных, методами интерпретации рекламных отчетов.</p>
ПК-5. Способен применять в профессиональной	ПК-5.3. Использует современные технические средства и	<p>Знать: принципы построения сводных таблиц и дашбордов в Excel, методы визуализации данных.</p>

<p>деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	<p>Уметь: строить сводные таблицы, использовать графики и диаграммы для анализа рекламы. Владеть: методами визуализации рекламных данных, настройкой дашбордов в Excel.</p>
<p>УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>УК-9.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Знать: методы прогнозирования Уметь: строить прогнозные модели, анализировать тенденции рекламных показателей. Владеть: инструментами прогнозирования и моделирования рекламных данных в Excel.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «**Рекламная аналитика в Excel**» относится к обязательной части профессионального цикла дисциплин учебного плана и направлена на формирование компетенций, необходимых для работы в сфере цифрового маркетинга и рекламной аналитики.

Предшествующие дисциплины

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания и навыки, полученные в ходе изучения следующих дисциплин:

- Математика
- Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Связь с другими дисциплинами

Дисциплина опирается на знания, полученные в рамках изучения предшествующих курсов, и служит основой для дальнейшего изучения и применения аналитических методов в рекламе.

В результате освоения дисциплины студенты получают знания и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Методы измерений в рекламе и СО
- Цифровые коммуникации в рекламе
- Профессионально-творческая практика

Таким образом, дисциплина обеспечивает подготовку специалистов, владеющих инструментами анализа рекламных данных и способных принимать обоснованные маркетинговые и рекламные решения на основе аналитики.

2. Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

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

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	12
6	Семинары	12
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основы рекламной аналитики в Excel	<ul style="list-style-type: none"> - Введение в рекламную аналитику: основные метрики (CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS). - Роль Excel в аналитике рекламы. - Импорт и первичная обработка данных. - Основные функции Excel для работы с рекламными данными.
2	Очистка и нормализация рекламных данных	<ul style="list-style-type: none"> - Методы загрузки данных из CSV, API рекламных платформ. - Очистка данных: удаление дубликатов, исправление ошибок, работа с пропущенными значениями. - Использование функций ТЕКСТ, ДАТА, ЛОГИЧЕСКИЕ для обработки данных. - Форматирование данных для анализа.
3	Анализ рекламных кампаний с помощью сводных таблиц	<ul style="list-style-type: none"> - Создание и настройка сводных таблиц. - Расчет ключевых метрик рекламы с помощью сводных таблиц. - Группировка данных по кампаниям, площадкам, периодам. - Построение динамических отчетов и фильтрация данных.
4	Автоматизация отчетности и макросы в Excel	<ul style="list-style-type: none"> - Использование функций ВПР, ГПР, СЧЁТЕСЛИ, СУММЕСЛИ для рекламного анализа. - Автоматизация построения отчетов с помощью формул. - Введение в макросы и VBA для автоматизации рутинных задач. - Примеры автоматизации рекламных отчетов.
5	Прогнозирование рекламных затрат и эффективности	<ul style="list-style-type: none"> - Основы прогнозирования: линейная регрессия и прогнозные модели. - Использование ЛИНЕЙН, ТЕНДЕНЦИЯ для оценки будущих показателей. - Определение зависимости между рекламными затратами и результатами. - Практическое построение модели прогнозирования.
6	Создание дашборда для мониторинга рекламных кампаний	<ul style="list-style-type: none"> - Принципы создания аналитических дашбордов. - Визуализация данных: диаграммы, графики, срезы. - Использование Power Query, Power Pivot для

		создания динамических отчетов. - Итоговый проект: разработка полноценного дашборда для анализа рекламной кампании.
--	--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- контрольные опросы	5 баллов	20 баллов
- доклад, реферат	5 баллов	10 баллов
- практические задания	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация - экзамен		40 баллов
<i>Итоговый контрольный опрос</i>		
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Контрольные вопросы и задания

(ПК-5.1) При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарелейшнз и медиапланирование в онлайн и офлайн среде.

1. Какие основные метрики используются в рекламной аналитике медиа?
2. Как рассчитываются CTR, CPC, CPA, ROI и ROAS?
3. Какие виды рекламных данных чаще всего анализируются в Excel?
4. Какие рекламные платформы предоставляют аналитические данные?
5. Как структурировать рекламные данные для анализа в Excel?
6. Какие источники данных можно импортировать в Excel?
7. Какие функции Excel позволяют анализировать рекламные показатели?
8. Какие данные необходимы для оценки эффективности рекламной кампании?
9. Как сегментировать рекламные кампании для более точного анализа?
10. Как анализ данных помогает в принятии маркетинговых решений?

(ПК-5.3) Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и СО, реализации коммуникационного продукта.

1. Как работают сводные таблицы в Excel?
2. Как сгруппировать данные в сводной таблице по кампаниям, площадкам и периодам?
3. Какие метрики можно рассчитать в сводной таблице?
4. Как использовать срезы и фильтры в сводных таблицах?
5. Какие типы диаграмм наиболее эффективны для визуализации рекламных данных?
6. Как интерпретировать данные на диаграммах?
7. Какие ошибки можно допустить при построении сводных таблиц?

8. Как автоматизировать обновление сводных таблиц в Excel?
9. Как анализировать временные ряды рекламных данных?
10. Как сравнивать эффективность рекламных кампаний с помощью Excel?

(УК-9.1.) Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности

1. Какие методы прогнозирования применяются в рекламной аналитике?
2. Как использовать функцию **ЛИНЕЙН** для прогнозирования рекламных затрат?
3. В чем отличие функции **ТЕНДЕНЦИЯ** от обычной линейной регрессии?
4. Как анализировать сезонность в рекламных данных?
5. Как оценить эффективность рекламной кампании на основе прогноза?
6. Какие данные необходимы для построения прогнозной модели?
7. Как оценить достоверность прогноза в Excel?
8. Какие показатели позволяют проверить точность прогнозной модели?
9. Как учитывать внешние факторы при прогнозировании рекламных результатов?
10. Как оптимизировать рекламные затраты на основе прогнозных данных?

Примеры тем рефератов и докладов (ПК-5.1, ПК-5.3, УК9.1.)

1. Метрики эффективности в цифровой рекламе: CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS.
2. Сравнительный анализ рекламных данных в контекстной и таргетированной рекламе.
3. Методы сбора и обработки рекламных данных в Excel.
4. Использование сводных таблиц для анализа рекламных кампаний.
5. Автоматизация рекламной отчетности с помощью Power Query и макросов Excel.
6. Визуализация данных в рекламной аналитике: лучшие практики.
7. Применение прогнозных моделей в оценке эффективности рекламных кампаний.
8. Методы сегментации рекламных данных в Excel.
9. Анализ временных рядов в рекламной аналитике.
10. Оптимизация рекламного бюджета на основе данных Excel.
11. Разработка интерактивного дашборда для мониторинга рекламных кампаний.
12. Использование Excel для анализа эффективности SEO-продвижения.
13. Анализ влияния внешних факторов на показатели рекламных кампаний.
14. Работа с большими данными в Excel: ограничения и возможности.
15. Построение когортного анализа в рекламной аналитике.
16. Инструменты Excel для A/B-тестирования рекламных материалов.
17. Автоматизация оценки конверсии рекламных кампаний.
18. Как использовать условное форматирование для выявления ключевых трендов в рекламе.
19. Разработка модели прогнозирования рекламных расходов с учетом сезонности.
20. Использование машинного обучения в рекламной аналитике (возможности Excel и Power BI).
21. Сквозная аналитика рекламных кампаний с применением Excel.
22. Методы оценки возврата инвестиций в рекламу с помощью Excel.
23. Построение динамических отчетов в рекламной аналитике.
24. Влияние различных рекламных каналов на конверсии: анализ мультиканальных последовательностей.
25. Оптимизация рекламных кампаний на основе данных о поведении пользователей.

Примеры практических заданий (ПК-5.1, ПК-5.3, УК-9.1.)

Техническое задание №1

Тема: Анализ эффективности рекламных кампаний в Excel

Задача:

- Вам предоставлены данные рекламных кампаний (показы, клики, затраты, конверсии) за последние 6 месяцев.

- Провести расчет ключевых метрик **CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS** с использованием формул Excel.
- Создать сводную таблицу для группировки данных по рекламным каналам (контекстная реклама, таргетированная реклама, медийная реклама).
- Визуализировать полученные результаты с помощью диаграмм.

Критерии оценки:

- Корректность расчетов метрик.
- Грамотная настройка сводной таблицы.
- Читательность и наглядность диаграмм.

Техническое задание №2

Тема: Очистка и обработка рекламных данных в Excel

Задача:

- Открыть предоставленный CSV-файл с данными о рекламных расходах, кликах и конверсиях.
- Удалить дубликаты строк и исправить пропущенные значения.
- Привести данные к единому формату (коррекция форматов дат, чисел и текстов).
- Настроить условное форматирование для выделения anomalно высоких значений CPC.

Критерии оценки:

- Полная очистка данных.
- Отсутствие дубликатов и некорректных значений.
- Грамотно настроенное условное форматирование.

Техническое задание №3

Тема: Построение дашборда для анализа рекламных кампаний

Задача:

- Создать интерактивный дашборд в Excel, содержащий ключевые показатели рекламных кампаний.
- Добавить сводные таблицы для анализа показателей по источникам трафика.
- Включить диаграммы для визуализации трендов CTR, CPC, CPA.
- Реализовать фильтрацию данных по датам и рекламным каналам.

Критерии оценки:

- Полнота дашборда (наличие всех необходимых метрик).
- Удобство использования и интерактивность.
- Качество визуализации данных.

Техническое задание №4

Тема: Прогнозирование рекламных расходов с использованием Excel

Задача:

- На основе имеющихся данных за 12 месяцев построить прогноз рекламных затрат на следующие 3 месяца.
- Использовать линейную регрессию и функцию **ЛИНЕЙН** для прогнозирования.
- Построить график тренда рекламных расходов.
- Рассчитать ожидаемую рентабельность инвестиций (ROI) на основе прогноза.

Критерии оценки:

- Корректность прогнозной модели.
- Грамотно оформленный график тренда.
- Реалистичность полученных прогнозных данных.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература:

1. Винстон Уэйн Л. Microsoft Excel 2013. Анализ данных и бизнес-моделирование: Пер. с англ. — М.: Издательство «Русская редакция»; СПб.: «БХВ-Петербург», 2015. — 864 с, https://batrachos.com/sites/default/files/pictures/Books/Winston_2015_Microsoft%20Excel%202013_Data%20Analysis%20and%20Business%20Modeling.pdf
2. Джон Уокенбах. *Excel 2019: Библия пользователя*. — М.: Диалектика, 2019.
3. Саймон Дж. А. *Анализ данных в Excel. Наглядный курс создания отчетов, диаграмм и сводных таблиц*. — М.: Эксмо, 2020, <http://elib.bsut.by/handle/123456789/913>
4. Карлберг К. *Бизнес-анализ с использованием Excel*. — М.: Вильямс, 2017.
5. Александер М., Куслейка Д. *Формулы в Excel 2016*. — М.: Диалектика, 2017.
6. Уэйн Л. Винстон. *Бизнес-моделирование и анализ данных. Решение актуальных задач с помощью Microsoft Excel*. — М.: Диалектика, 2020, <http://i.uran.ru/webcab/system/files/bookspdf/biznes-modelirovanie-i-analiz-dannyh-reshenie-aktualnyh-zadach-s-pomoshchyu-microsoft-excel/biznes.pdf>

Дополнительная литература:

1. Яковлев, В. Б. Статистика. Расчеты в Microsoft Excel : учебное пособие для вузов / В. Б. Яковлев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 353 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01672-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514005>
2. Билл Джелен, Майкл Александер. *Сводные таблицы в Excel: анализ данных и создание отчетов*. — М.: Диалектика, 2019.
3. Уокенбах Дж. *Формулы в Excel 2013*. — М.: Диалектика, 2014.
4. Беннинга Ш. *Финансовое моделирование с использованием Excel*. — М.: Вильямс, 2018.
5. Nail Dunlop *Beginning Big Data with Power BI and Excel 2013*. — Apress, 2015.
6. Джон Форман Много цифр. Анализ больших данных при помощи Excel, Альпина Паблишер, Москва, 2015, с.416. ISBN 978-5-9614-5032-3
7. Альшевская О.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ТАБЛИЦ MS EXCEL ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РАСЧЕТОВ, Методическое пособие с лабораторными работами, БНТУ, Минск, 2007, https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/738/Ispolzovanie_ehlektronnyh_tablic_MS_EXCEL_dlya_ekonomicheskikh_raschetov.pdf.
8. Ключева И. А., Мединцева И. П. Практикум по решению экономических задач в MS Excel: учебнометодическое пособие / И. А. Ключева, И. П. Мединцева; Волгоградский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы». – Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2021

9. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563876>.
10. Харвей Г. Excel 2019 для чайников / Грег Харвей. — М.: Диалектика, 2019.
11. Морозов Н. Практикум по работе с приложением MS Excel. Задания 1—12 / Николай Морозов. — М.: Лань, 2021.
12. Павлов Н. Microsoft Excel: Мастер Формул / Николай Павлов. — СПб.: Питер, 2020.
13. Кильдишов В. MS Excel и VBA для моделирования различных задач / Вячеслав Кильдишов. — М.: Питер, 2022.
14. Гладкий А., Чиртик А. Excel. Трюки и эффекты / Алексей Гладкий, Александр Чиртик. — СПб.: Питер, 2021.
15. Гарнаев А.Ю. Использование MS Excel и VBA в экономике и финансах. – СПб.: БХВ – Санкт-Петербург, 2000. – 336 с.
16. Беннинг Ш. Основы финансов с примерами в Excel — М.: Питер, 2021.
17. Уокенбах Д. Excel 2013. Трюки и советы Джона Уокенбаха — СПб.: Питер, 2
18. Павлов Н. Microsoft Excel. Готовые решения — бери и пользуйся! / Николай Павлов. — СПб.: Питер, 2022.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

Профессиональные ресурсы сети «Интернет»

1. Microsoft Excel Support – официальный справочный центр Microsoft по Excel
<https://support.microsoft.com/excel>
2. Microsoft Learn (Excel & Power BI) – обучение по Excel, Power Query, Power BI
<https://learn.microsoft.com/ru-ru/training/>
3. Excel Easy – руководство по Excel с примерами формул и функций
<https://www.excel-easy.com>
4. Power BI & Excel Blog – официальные статьи и новости от Microsoft
<https://powerbi.microsoft.com/ru-ru/blog/>
5. Планета Excel – русскоязычный блог по Excel, Power Query, Power Pivot
<https://www.planetaexcel.ru/>
6. Dummies Excel Guide – обучающий портал по Excel для начинающих
<https://www.dummies.com/category/articles/excel-33644/>

Дополнительные ресурсы сети «Интернет»

1. Международный форум ExcelForum – решения задач Excel от экспертов
<https://www.excelforum.com>
2. Сообщество Power Query в России – обсуждения по автоматизации данных в Excel
<https://vk.com/powerquery>
3. Форум Excel World – профессиональное обсуждение решений в Excel
<https://excelworld.ru>
4. Chandoo.org организовал Пурна Дуггирала, чтобы «вы стали классными экспертами в Excel и диаграммах». Здесь более 500 превосходных инструкций, документов для свободного скачивания, форум с вопросами-ответами и много другое.
5. Contextures.com — блог с обширной коллекцией понятных обучающих материалов, видео и примерами. Этот блог Дебры Далглейш знаком каждому, кто изучает Excel.
6. Chip Pearson — на своем сайте Чип Пирсон охватывает все аспекты Excel, от простых формул до автоматизации и VBA кодирования.
7. Daily Dose of Excel, или «Ежедневная доза Excel», — блог Дика Куслейка с его собственными статьями и статьями не менее именитых экспертов Excel.
8. Excel Guru ведёт Кен Палс. На сайте, в блоге и на форуме накоплена огромная база знаний, по большей части для разработчиков Excel.
9. Excel Hero — блог Даниэля Ферри, чтобы «вы на своей работе стали настоящим героем Excel».
10. Excel User основал Чарли Кид. Здесь большое число бесплатных диаграмм, гайдов, шаблонов и дашбордов, в основном бизнес-направленности.
11. MrExcel.com — это целое сообщество во главе с Биллом Джеленом. На этом сайте есть советы, готовые решения, сотни статей и видеоматериалов, а также форум, где можно задать свой вопрос.
12. Peltier Tech Blog ведёт Джон Пелтьер, с фокусом на диаграммы и программирование. Здесь много статей с примерами задач по VBA и визуализации.
13. Ron de Bruin — сайт Рона де Брюина, с акцентом на приёмы и практические советы по автоматизации Excel.

Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ЭБС Znanium.com – <http://znanium.com/>

2. ЭБС ЮРАЙТ – <https://www.biblio-online.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Excel
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. План лекций

1. Лекция 1. Введение в рекламную аналитику и Excel

- Основные концепции рекламной аналитики: метрики, KPI, источники данных.
- Роль Excel в обработке и анализе рекламных данных.
- Основные инструменты Excel для аналитики: формулы, функции, таблицы.
- Основные типы данных в рекламе: клики, показы, конверсии, расходы.

2. Лекция 2. Работа с данными в Excel: очистка, нормализация, обработка

- Импорт и обработка данных: загрузка данных из CSV, API, рекламных кабинетов.

- Очистка данных: удаление дубликатов, устранение ошибок и пропусков.
 - Форматирование данных для удобства анализа.
 - Использование функций **ТЕКСТ**, **ДАТА**, **ЛОГИЧЕСКИХ функций** в обработке данных.
3. *Лекция 3. Анализ рекламных кампаний с помощью сводных таблиц и графиков*
 - Создание сводных таблиц: группировка данных, расчет сумм, средних значений.
 - Использование сводных диаграмм и визуализация данных для анализа.
 - Расчет CTR, CPC, CPA, ROI в сводных таблицах.
 - Интерпретация данных и выявление трендов.
 4. *Лекция 4. Автоматизация отчетности в Excel: формулы и макросы*
 - Использование **ВПР**, **ГПР**, **СЧЁТЕСЛИ**, **СУММЕСЛИ** для анализа рекламных данных.
 - Автоматическое создание отчетов с помощью формул и таблиц.
 - Введение в макросы VBA: автоматизация рутинных процессов.
 - Примеры автоматизации: построение отчетов по рекламным кампаниям.
 5. *Лекция 5. Прогнозирование и моделирование рекламных затрат*
 - Основы прогнозирования: линейная регрессия в Excel.
 - Использование **ЛИНЕЙН**, **ТЕНДЕНЦИЯ** для прогнозирования рекламных показателей.
 - Определение зависимости между затратами и результатами рекламных кампаний.
 - Практическое построение модели прогнозирования расходов и конверсий.
 6. *Лекция 6. Оценка эффективности рекламных кампаний и дашборды в Excel*
 - Подходы к оценке эффективности рекламы: ROAS, LTV, ROMI.
 - Создание дашбордов в Excel: визуализация ключевых показателей.
 - Использование **Графиков**, **Power Query**, **Power Pivot** для комплексного анализа.
 - Практическая работа: создание аналитического дашборда для рекламной кампании.

9.2. Планы семинарских занятий

7. *Семинар 1. Основы работы с Excel для рекламной аналитики*
 - Загрузка и первичная обработка рекламных данных.
 - Форматирование таблиц и применение стилей.
 - Использование простых функций **СУММ**, **СРЗНАЧ**, **МАКС**, **МИН** для анализа.
 - Практическое задание: расчет CTR и CPC для рекламных кампаний.
8. *Семинар 2. Очистка и подготовка данных к анализу*
 - Поиск и удаление дубликатов, работа с пропущенными значениями.
 - Использование функций **ЕСЛИ**, **СЦЕПИТЬ**, **ПРОПНАЧ** для редактирования данных.
 - Разделение и объединение данных с помощью **ТЕКСТ ПО СТОЛБЦАМ**, **НАЙТИ**, **ПРАВСИМВ**.
 - Практическое задание: очистка и нормализация данных рекламной кампании.
9. *Семинар 3. Сводные таблицы и визуализация рекламных данных*
 - Построение сводных таблиц и диаграмм для анализа рекламных показателей.
 - Группировка данных, фильтрация и сортировка.
 - Создание интерактивных диаграмм для отслеживания динамики рекламных метрик.
 - Практическое задание: анализ рекламного бюджета с помощью сводных таблиц.
10. *Семинар 4. Автоматизация отчетов с формулами и макросами*
 - Использование функций **ВПР**, **СЧЁТЕСЛИ**, **СУММЕСЛИ** для анализа данных.
 - Создание динамических отчетов с использованием **ПРОСМОТР**, **ИНДЕКС**, **ПОИСКПОЗ**.
 - Основы макросов VBA: запись и редактирование простых макросов.
 - Практическое задание: автоматизированный отчет по рекламной кампании.

11. Семинар 5. Прогнозирование результатов рекламных кампаний

- Построение трендов и прогнозирование рекламных показателей.
- Использование **ЛИНЕЙН, ТЕНДЕНЦИЯ, ПРЕДСКАЗ** для анализа данных.
- Расчет ROI и прогнозирование окупаемости рекламных вложений.
- Практическое задание: прогнозирование эффективности рекламного бюджета.

12. Семинар 6. Создание дашборда для анализа рекламных кампаний

- Подготовка и очистка данных: расчет CTR, CPC, CPA, ROI.
- Создание сводных таблиц и динамических фильтров.
- Визуализация данных: диаграммы, срезы, условное форматирование.
- Практическое задание: разработка интерактивного дашборда в Excel.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада студент должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом «Маркетинговый анализ больших данных».

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры, как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.

3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Предлагаемая студентам тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблеме, предложенной студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам студента.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список используемых источников и литературы.

9.3. Иные материалы

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является одним из видов учебных занятий. Цель самостоятельной работы – практическое усвоение студентами вопросов разработки стратегий поведения рыночных агентов на основе знания биологических основ экономического поведения индивидуальных и групповых потребителей.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Задачи самостоятельной работы студента:

- развитие навыков самостоятельной учебной работы;
- освоение содержания дисциплины;
- углубление содержания и осознание основных понятий дисциплины;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к экзамену.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины;
- подготовка к полевому исследованию, творческим типовым заданиям;
- выполнение домашних заданий по закреплению тем.

Для выполнения любого вида самостоятельной работы необходимо пройти следующие этапы:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной задачи;
- самооценка готовности к самостоятельной работе;
- выбор адекватного способа действия, ведущего к решению задачи;
- планирование работы (самостоятельной или с помощью преподавателя) над заданием;
- осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы самоконтроля (промежуточного и конечного) результатов работы и корректировка выполнения работы;
- рефлексия;
- презентация работы.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: *Рекламная аналитика в Excel*

Цель дисциплины: Формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, необходимых для анализа рекламных данных с использованием Microsoft Excel. Освоение методов обработки, визуализации и интерпретации данных для оценки эффективности рекламных кампаний и принятия маркетинговых решений.

Задачи дисциплины:

1. Изучить основные метрики рекламной аналитики (CTR, CPC, CPA, ROI, ROAS) и их расчет в Excel.
2. Освоить методы сбора, обработки и нормализации рекламных данных с использованием инструментов Excel.
3. Развить навыки работы со сводными таблицами, графиками и дашбордами для анализа рекламных кампаний.
4. Изучить методы прогнозирования рекламных расходов и эффективности кампаний в Excel.
5. Освоить инструменты автоматизации отчетности, включая формулы, макросы и Power Query.
6. Разработать и внедрить аналитические модели для оптимизации рекламных бюджетов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Основные показатели эффективности рекламных кампаний и методы их расчета.
- Функции Excel, используемые в аналитике (СЧЁТЕСЛИ, СУММЕСЛИ, ВПР, ГПР и др.).
- Методы прогнозирования рекламных показателей.
- Основы автоматизации рекламной аналитики с помощью макросов и Power Query.

Уметь:

- Собирать, обрабатывать и анализировать рекламные данные.
- Использовать сводные таблицы и диаграммы для визуализации данных.
- Разрабатывать прогнозные модели для оценки рекламных затрат.
- Создавать дашборды и автоматизированные отчеты в Excel.

Владеть:

- Методами анализа рекламных данных и их интерпретации.
- Инструментами Excel для обработки и визуализации данных.
- Навыками автоматизации рутинных задач с использованием макросов и Power Query.

Дисциплина ориентирована на практическое применение инструментов Excel в сфере рекламной аналитики и маркетинга.