Введение в маркетинговую аналитику

Модуль 2, 2026-2027 уч.г.

Дарья Дзябура
ddzyabura@nes.ru

О курсе

Маркетинг как бизнес-дисциплина часто понимается неправильно. Многие часто воспринимают маркетинг как о набор видимых тактических действий, таких как реклама, продвижение и продажи. Это неверно. Маркетинг — это наука об управлении ценностью, включающая аналитические, стратегические и тактические действия. Этот курс предоставит вам надежную основу для понимания маркетинга, как процесса управления ценностью и познакомит с несколькими фундаментальными методами аналитики данных в маркетинге.

Курс включает в себя сочетание лекций и разбор кейсов, которые помогут освоить аналитический подход к пониманию, выявлению и созданию ценности. В ходе курса студенты научатся:
1. Анализировать среду, в которой работает компания;
2. Разрабатывать маркетинговую стратегию;
3. Проектировать и внедрять маркетинговые тактики.

Задачи курса:
- Освоить базовые концепции маркетинга;
- Применять статистические методы для анализа разных аспектов среды;
- Решать ключевые задачи маркетингового менеджмента;
- Практиковаться в анализе маркетинговых ситуаций и разработке маркетинговых планов;
- Узнать о новых направлениях в академических исследованиях маркетинга.

Требования и оценивание курса

ВАЖНО: Вы не можете изучать этот курс, если вы уже проходили курс «Введение в анализ данных в маркетинге», организованный программой MAF!

От вас ожидается знание R или Python, пройден курс «Эконометрика-1». Рекомендуется (но не обязательно) знание «Эконометрика-2» и «Машинное обучение-1». Всего на курсе будет 7 занятий.
Ваша оценка будет состоять из следующих компонентов:

Групповой письменный разбор кейса	10%
Домашние задания (4 задания)	60%
Посещаемость и участие на занятиях	10%
Финальный проект	20%

Домашние задания по анализу данных.
На занятии мы обсудим план сбора анализа данных. На семинарах вы будете проводить анализ вместе с ассистентом преподавателя; что не успели, нужно доделать дома. Все задания сдаются через платформу my.nes к установленным срокам (обычно вечером в четверг). Задания включают в себя как анализ данных, так и интерпретацию результатов. Вам необходимо будет предоставить свой код, выводы и интерпретацию на русском или английском языке.

Кейсы.
Кейсы описывают интересные маркетинговые задачи реальных компаний. Это шанс развивать аналитические навыки, применять изученные концепции, принимать маркетинговые решения и обучаться профессиональному общению. Ожидается, что вы внимательно изучите каждый кейс и придете на занятие готовыми принять участие в обсуждении.

Обычно в кейсах нужно будет проанализировать задачу и применить маркетинговые концепции для выработки рекомендаций по действиям компании. Правильного ответа не существует, но одни решения сильнее других. Ваше обоснование и аналитика важны не меньше, чем сами рекомендации. Во многих случаях часть материала по умолчанию не имеет непосредственного отношения к рассматриваемой проблеме, а нужные данные могут отсутствовать, что отражает реальные условия бизнеса.

Кейсы Calyx Flowers и Sony AIBO дают возможность проанализировать сложные бизнес-проблемы и применить знания курса. Чтение кейса занимает несколько часов, и я рекомендую вам прочитать его несколько раз. Потом еще несколько часов уйдет на подготовку группового анализа. Будьте готовы высказываться на занятии — даже если и не добровольно.

Вы будете работать над кейсами в группах по 3-4 человека, Группы формируются случайным образом. Ваша команда самостоятельно распределяет обязанности, чтобы все успели вовремя сделать свою часть.

Рекомендации для написания кейсов:
- Все задания прошу писать на английском;
- Требования по формату и объему будут сообщены позже;
- Пишите ясно, четко и кратко — это важный аспект оценки. Я оцениваю не только содержание, но и качество вашего письма и не ожидаю увидеть сложный язык, сохраните его для написания творческих письменных работ. Пожалуйста, стремитесь к простоте.
- Используйте заголовки для структурирования вашего текста. Общее впечатление также очень важно;
- Орфографические, грамматические ошибки и неаккуратное оформление, создают впечатление неряшливости и снижают качество восприятия вашей работы;
- Описание кейса должно содержать рекомендацию, а не пересказ ситуации. Ваши рекомендации должны основываться на количественном и качественном анализе. Это означает, что вы должны подкрепить свою рекомендацию, продемонстрировав почему выбранный вами курс действий является наилучшей альтернативой (например, наименее рискованный, наименее затратный, наиболее стратегически подходящий и т.д.) и почему стоит исключить другие варианты;
- Не думайте, что вы обязаны следовать одной из рекомендаций, представленных в кейсе. Вы можете проявить творческий подход и нестандартные решения, но они должны быть реалистичными.

Посещаемость и участие.
Посещение лекций обязательно! На занятиях мы обсуждаем анализ данных и кейсы. Я ожидаю, что все придут подготовленными, с прочитанным кейсом или загруженными и проанализированными данными, а также будут активно участвовать в обсуждении.

Финальный проект.
В последнюю неделю курса каждому из вас будет назначен один из трех наборов данных, которые мы проанализировали на занятии для углубленного анализа в рамках финального проекта.
Проект предполагает расширение текущего анализа. Вы можете выбрать направление расширения:
- Построить более сложную модель;
- Проверить новую гипотезу;
- Разработать практические рекомендации для компании на базе данных (например, оптимальный дизайн продукта, план эксперимента, акцию, сегментацию клиентов и т.д.);
- Выполнить анализ аналогичного набора данных и сравнить результаты.

Проекты оцениваются на основе амбициозности проведенного анализа и строгости обоснований рекомендаций.

Темы курса

Тема	Домашнее задание
Введение в курс и основы маркетинга. Дизайн продукта и предпочтения клиентов	
Продолжение совместного анализа: сегментация, таргетинг, позиционирование	Объединенный сбор данных. Анализ
Кейс Calyx Flowers. Рекомендательные системы	Отчет по Calyx Flowers. Задание по кейсу

Продвижение: дизайн экспериментов. Текстовый интеллект	Рекомендательный набор системных данных. Анализ
Анализ текста 2 – Управление брендом. Разработка и управление продуктами	Фирменный текст. Анализ сбора данных
Кейс Sony AIBO. Ценность клиента. Кейс Dryclean express	Кейс Sony AIBO. Рецензия
Темы исследований. Презентации кейсов	Финальный проект

Описание методики курса

На занятиях будут использоваться различные ресурсы, в том числе тематические исследования, основанные на данных. Мы будем использовать содержание моих лекционных слайдов, различные программные онлайн-модули и научные статьи для проведения анализа.

Политика академической этики

Плагиат, мошенничество и любые нарушения академической этики в РЭШ недопустимы и строго отслеживаются.