

# Введение в маркетинговую аналитику

## 2 модуль, 2025-2026

Дарья Дзябура  
Российская экономическая школа  
[ddzyabura@nes.ru](mailto:ddzyabura@nes.ru)

Учебный ассистент: Дмитрий Головинов, [dgolovinov@nes.ru](mailto:dgolovinov@nes.ru)

### Описание курса

---

Маркетинг как бизнес-дисциплина часто понимается неправильно. Многие воспринимают маркетинг как создание рекламы, промоакций или продаж. Это заблуждение. Маркетинг — это не только специализированные тактики. Маркетинг — это наука управления стоимостью, процесс, включающий аналитические, стратегические и тактические действия.

Курс предоставит вам фундаментальную основу для понимания маркетинга как процесса управления стоимостью, а также познакомит с рядом базовых подходов в области анализа данных для маркетинговых приложений. Курс сочетает лекции и дискуссии на основе кейсов, которые научат студентов аналитическому подходу к пониманию, выявлению и созданию стоимости.

В рамках курса студенты научатся (1) анализировать внешнюю среду, в которой функционирует компания, (2) разрабатывать маркетинговые стратегии, (3) создавать практические маркетинговые тактики.

В ходе курса студенты:

- Освоят базовые маркетинговые концепции.
- Научатся применять статистические методы для анализа рыночной среды.
- Будут уметь определять и решать ключевые задачи, стоящие перед маркетинговыми менеджерами.
- Получат практику в анализе маркетинговой ситуации, формулировании рыночной стратегии и разработке/реализации маркетингового плана.
- Узнают о передовых направлениях для исследований в современном маркетинге.

### Требования курса, система оценивания, посещаемость

---

Предварительные требования:

1. Знание Python: все задания будут выполняться в программе Python.
2. Вероятность и статистика: студенты должны знать основы вероятностей, распределений, статистической значимости, регрессии и т.д.

Конспекты лекций, раздаточные материалы и дополнительные материалы курса (например, статьи) будут доступны в течение всего семестра (на munes).

Программное обеспечение и вычислительная среда

1. Python
2. Jupyter Notebook

Академические и поведенческие ожидания:

- a. Подготовка к занятиям: Я ожидаю, что вы прочтете литературу, предназначенную для каждого занятия, перед началом занятия
- b. Пунктуальность: Пожалуйста, будьте вежливы и приходите на занятия вовремя. Опоздания отвлекают и мешают проведению занятий. Если у вас возникла чрезвычайная ситуация и вам необходимо опоздать, конечно, я предпочитаю, чтобы вы присутствовали, а не пропускали занятия, поэтому, пожалуйста, входите тихо. Если вы заранее знаете, что вам нужно уйти пораньше или прийти позже, пожалуйста, сообщите мне об этом до начала занятия. Постоянные опоздания — это верный способ потерять доверие (т.е. не участвовать в занятиях).
- c. Политика использования электронных устройств: Если не указано иное, пожалуйста, не используйте компьютеры, телефоны или другие электронные устройства во время занятий. Я понимаю, что компьютеры могут быть полезны для конспектирования, но было обнаружено, что использование электронных устройств на занятиях ухудшает атмосферу в классе.
- d. Просроченные задания: Оценка за просроченные задания будет снижена на 10% от общего количества баллов за каждый день просрочки. Дни просрочки считаются с даты и времени сдачи (задание, сданное с опозданием на 2 часа, считается просроченным на один день, задание, сданное с опозданием на 26 часов, считается просроченным на 2 дня и т. д.). Учитываются все дни, включая выходные и праздничные дни.

Итоговая оценка будет рассчитана на основе следующих компонентов, которые подробно обсуждаются ниже.

Посещаемость и участие в обсуждениях	10%
Индивидуальные домашние задания (всего 4)	60%
Групповые кейсы	10%
Итоговый групповой проект	20%

**Посещаемость и участие.** Присутствие на лекциях обязательно!! Занятия основаны как на лекциях, так и на обсуждениях. В ходе обсуждения в классе мы составим план анализа для заданий по данным (которые будут выполнены в качестве домашнего задания) и обсудим примеры. Я ожидаю, что все придут на занятие, ознакомившись с примерами или загрузив и выполнив сводную статистику по данным, и будут участвовать в обсуждениях. Вы можете пропустить одно занятие в течение модуля без штрафа; предупреждать меня заранее не нужно. Если вы пропустили, вы обязаны наверстать упущенное, обсудив с одноклассниками, что вы пропустили.

Активное участие крайне важно для вашего обучения и ценности курса в целом. Большая часть курса интерактивная, и я ожидаю, что все будут подготовлены и готовы внести свой вклад. Время от времени я буду спрашивать студентов, чтобы поддержать их активность — это поможет инициировать дискуссию, а не поставить кого-то в неловкое положение. Пожалуйста, будьте уважительны во всех дискуссиях в классе, особенно когда оспариваете чужие идеи. У нас не всегда есть время выслушать всех, но мы постараемся дать возможность высказаться всем.

**Домашние задания.** Большинство домашних заданий предполагают практический анализ данных и требуют как написания кода, так и письменной интерпретации результатов. Каждое задание сопровождается лабораторной работой в Zoom, где

ассистент преподавателя шаг за шагом проведет вас через процесс написания кода. Вы будете выполнять задания на собственном компьютере и вместе постараетесь выполнить основную часть работы во время занятия. Оставшаяся часть работы по кодированию и написанию текста будет выполнена индивидуально в качестве домашнего задания. Наборы данных и аналитические методы будут представлены и обсуждены на занятии для обеспечения контекста и поддержки. Заключительное домашнее задание включает в себя небольшой обзор современных исследований в области маркетинговой аналитики, определение интересующих вас работ и причин их интереса, а также подробное прочтение одной или двух из них для понимания исследовательского вопроса, данных и методологии.

**Финальный проект.** Итоговый проект представляет собой групповое задание, основанное на одном из домашних заданий. Вы будете использовать тот же набор данных, но можете дополнить его новыми данными. Ваша цель — осмысленно расширить исходный анализ, что может включать применение более сложных моделей, изучение новых вопросов, сравнение методов или разработку эксперимента для проверки причинно-следственной связи. Проекты будут оцениваться на основе строгости анализа и амбициозности вашего подхода.

**Кейсы.** Кейсы описывают интересные маркетинговые проблемы, с которыми сталкиваются компании, и дают вам возможность развить аналитические навыки, применять концепции, обсуждаемые на занятиях, для принятия маркетинговых решений и научиться чётко и профессионально общаться. То, насколько глубоко вы извлечёте информацию из кейса, зависит от того, насколько внимательно вы его прочитаете и проанализируете. Ожидается, что вы внимательно изучите каждый кейс и придёте на занятие готовыми принять участие в его обсуждении.

В типичном кейсе от вас попросят проанализировать маркетинговую проблему и применить маркетинговые концепции и фреймворки для определения и рекомендации курса действий для компании. В кейсе нет «правильного» ответа, однако обычно одни решения предпочтительнее других. Сила ваших аргументов и глубина анализа так же важны, как и сами рекомендации. Во многих кейсах часть материала по замыслу не имеет непосредственного отношения к рассматриваемой проблеме, в то время как кейс не включает другие данные, которые вы хотели бы иметь и попытались бы получить с помощью маркетинговых исследований, если бы вы были лицом, принимающим решение. Это усложняет анализ кейса, но при этом отражает реальный деловой мир. Вы будете работать над кейсом в группах по 3-4 человека. Я буду распределять группы случайным образом. Ваша команда отвечает за распределение обязанностей и обеспечение своевременного внесения каждым вклада.

При работе над письменной частью кейса, пожалуйста, следуйте следующим рекомендациям:

- Все задания должны быть написаны на английском языке.
- Указания по объёму и форматированию будут предоставлены позднее.
- В бизнесе важно писать ясно, прямо и кратко. Я буду оценивать качество вашего письма наряду с содержанием, однако не ожидаю сложного художественного языка — такие приёмы оставьте для творческих заданий. Старайтесь выбирать простоту изложения. Используйте заголовки, чтобы организовать мысли и помочь читателю сориентироваться. Впечатление от работы в целом также очень важно. Орфографические ошибки, небрежное форматирование, слабая грамматика и т.п. создают впечатление небрежного мышления, невнимательности и пренебрежения к собственным идеям и заданию. Если вы знаете, что письмо — не ваша сильная сторона, обратитесь за помощью.

- Письменная работа по кейсу должна содержать рекомендацию, а не просто пересказ ситуации. Ваша рекомендация должна опираться на надёжный количественный и качественный анализ. Это означает, что вы должны обосновать свою рекомендацию, показав, почему выбранный курс действий является лучшей альтернативой (например: наименьший риск, наименьшие затраты, наилучшее стратегическое соответствие и т.д.) и почему целесообразно отклонить другие варианты. Не думайте, что вы обязаны следовать одной из рекомендаций, представленных в кейсе. Вы можете предлагать креативные решения при условии, что они реалистичны и обоснованы вашим анализом.

**Политика пересдачи.** Студентам, чей итоговый средний балл ниже проходного, предоставляются две пересдачи. Первая пересдача оценивается преподавателями курса. Вторая пересдача оценивается комиссией, состоящей из трёх или более человек, включая преподавателя курса. Студенты, успешно сдавшие пересдачу, получают минимальный проходной балл за курс. Дальнейшие возможности пересдачи не предусмотрены. Данная политика также распространяется на студентов, которые проходят только половину курса.

## Содержание курса

	Тема	Домашняя работа
06.11	Ознакомление с курсом, основы маркетинга  Создание продукта и предпочтения потребителей	
10.11	Семинар. Домашнее задание 1	
13.11	Кейс LeClick	Анализ данных
20.11	Кейс <i>Calyx Flowers</i>  Рекомендательные системы	Кейс <i>Calyx Flowers</i>
24.11	Семинар. Домашнее задание 2	
27.11	Управление брендом  Текстовая аналитика	Анализ данных системы рекомендаций
01.12	Семинар. Домашнее задание 3	
04.12	Эффективность рекламы	Анализ данных по брендингу
11.12	Уточняется.	
18.12	Темы для исследований. Презентации проектов.	Финальные проекты

### **Академическая этика**

---

Списывание, плагиат и любые другие способы нарушения академической этики РЭШ недопустимы.