**Примерные темы курсовых проектов для студентов ОП**

**«Коммуникации, основанные на данных» в 2020-2021 учебном году.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Название темы** | **Руководитель / соруководитель / консультант** |
| 1. Использование открытых данных об экологии и энергетическом рынке для продвижения проектов в области возобновляемых источников энергии.
 | Руководитель: **Кадимов Мансур Марифович**, заместитель генерального директора в EcoEnergyКонсультант: **Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 2) Прогнозирование временных рядов для повышения эффективности рекламной кампании. | Руководитель: **Коточигов Константин Львович,** руководитель отдела анализа данных WeboramaКонсультант: **Грызунова Елена Аркадьевна,** к. социол. н., доцент |
| 3) Разработка рекомендательной системы для e-commerce площадки. | Руководитель: **Коточигов Константин Львович**, руководитель отдела анализа данных WeboramaКонсультант: **Грызунова Елена Аркадьевна,** к. социол. н., доцент |
| 4) Оптимизация маркетинговой стратегии с использованием гибких моделей атрибуции. | Руководитель: **Коточигов Константин Львович**, руководитель отдела анализа данных WeboramaКонсультант: **Грызунова Елена Аркадьевна,** к. социол. н., доцент |
| 5) Технологическое окружение пользователя и его поведение как источник данных для персонализации креативов. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 6) Динамические баннерные позиции и их функционал для решения проблемы видимости рекламы и вовлечения аудитории. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 7) Эффективная тактика разработки адаптивных рекламных материалов с учетом типов и особенностей пользовательских устройств. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 8) Практика эффективного управления проектом по разработке цифровых рекламных материалов с использованием автоматизированных средств или подходов. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 9) Эффективный путь от стратегии до оптимизации в рекламных проектах с применением DCO (Dynamic Creative Optimization) | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 10) Многофакторный анализ эффективности разнообразных рекламных форматов. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 11) Разработка и применение триггерной стратегии в диджитал рекламе. | Руководитель: **Павлов Алексей Юрьевич**, генеральный директор AdLuxe, кандидат экономических наукКонсультант**: Грызунова Елена Аркадьевна**, к. социол. н., доцент |
| 12) Проведение RFM анализа по сырым данным клиентского пути приложения ритейлера бытовой электроники. | Руководитель: **Годзи Максим Германович,** управляющий партнёр Retentioneering |
| 13) Симуляция бизнес-эффекта от продуктовых изменений с помощью моделирования клиентского пути веб-сайта интернет магазина бытовых товаров. | Руководитель: **Годзи Максим Германович,** управляющий партнёр Retentioneering |
| 14) Сегментация пользователей на основе их поведения на сайте. Анализ отличий в паттернах поведения сегментов пользователей с различными бизнес-метриками. | Руководитель: **Годзи Максим Германович,** управляющий партнёр Retentioneering |
| 15) Выявление и анализ поведенческих сегментов с противоположенным влиянием тестируемых изменений в AB тестах. | Руководитель: **Годзи Максим Германович,** управляющий партнёр Retentioneering |
| 16) Поиск оптимального баланса между маркетинговым бюджетом на привлечение пользователей и бюджетом на улучшение конверсии в продукте на примере крупнейшего ритейлера электроники. | Руководитель: **Годзи Максим Германович,** управляющий партнёр Retentioneering |
| 17) Боты и накрутки в цифровой рекламе: признаки и способы отслеживания ботового поведения | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Куликов Александр Вадимович**, заместитель генерального директора SegmentoКонсультант: **Войнова Екатерина Игоревна**, руководитель рекламной платформы Segmento |
| 18) Использование сегментации на основе больших данных для увеличения отклика на баннерную рекламу | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Куликов Александр Вадимович**, заместитель генерального директора SegmentoКонсультант: **Войнова Екатерина Игоревна**, руководитель рекламной платформы Segmento |
| 19) Методики определения прироста продаж в результате рекламной кампании потребительского бренда  | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Куликов Александр Вадимович**, заместитель генерального директора SegmentoКонсультант: **Войнова Екатерина Игоревна**, руководитель рекламной платформы Segmento |
| 20) Оптимизация рекламных кампаний для увеличения оффлайн продаж.  | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Куликов Александр Вадимович**, заместитель генерального директора SegmentoКонсультант: **Войнова Екатерина Игоревна**, руководитель рекламной платформы Segmento |
| 21) Аналитика больших данных как способ оптимизации рекламной кампании и каналов размещения | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Куликов Александр Вадимович**, заместитель генерального директора SegmentoКонсультант: **Войнова Екатерина Игоревна**, руководитель рекламной платформы Segmento |
| 22) Использование передовых нейронных сетей в цифровых коммуникациях. | Руководитель: **Просветов Артём Владимирович**, lead data scientist CleverDATA, кандидат физико-математических наукКонсультант: **Грызунова Елена Аркадьевна,** к. социол. н., доцент |
| 23) Оцифровка пользователей, которые совершают визит в организацию оффлайн без предварительного звонка/заявки и оценка источников, которые повлияли на визит пользователя в организацию | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Саркисян Артур Аркадьевич**, Calltouch |
| 24) Оцифровка пользовательского пути по различным медиа-источникам (анализ post-click, post-view) и использование ML атрибуции с выявление самых важных источников | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Саркисян Артур Аркадьевич**, Calltouch |
| 25) Создание агрегатора (биддера) всех digital инструментов, который может распределить бюджет и управлять рекламой, исходя из конечных метрик, и принимать самостоятельное решение по распределению бюджета в сторону более эффективных каналов | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Саркисян Артур Аркадьевич**, Calltouch |
| 26) Оцифровка влияния ТВ рекламы в звонки/заявки/визиты с возможностью таргетирования на аудиторию, которая видела ТВ рекламу | Руководитель: **Нестеренко Роман Юрьевич**, профессорСоруководитель: **Саркисян Артур Аркадьевич**, Calltouch |