

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ВЕБ-АНАЛИТИКА**

Направление и направленность (профиль)  
38.03.06 Торговое дело. Международная логистика и управление поставками

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Веб-аналитика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №963) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Кметь Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и логистики, Elena.Kmet@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от 25.04.2024 , протокол № 8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000BC1898
Владелец	Юрченко Н.А.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью дисциплины "Веб-аналитика" является формирование системы теоретических знаний, практических навыков и умений у студентов, позволяющих оценивать успешность маркетинговых кампаний в Интернет и эффективность сайта в целом на основе данных о его посещаемости.

Задачи:

- рассмотреть сущность веб-аналитики, историю и тенденции развития;
- Уточнить понятийный аппарат веб-аналитики;
- проанализировать веб-аналитику 2 (ключевой понятийный анализ) и парадигму Trinity;
- рассмотреть качественные и количественные показатели веб-аналитики;
- проанализировать особенности работы в системах сбора статистики и содержание веб-журналов, веб-маяков, счетчиков, анализаторов пакетов;
- провести обзор систем веб-аналитики Яндекс.Метрика и Google Analytics;
- изучить технологию построения отчетов в системах веб-аналитики, статистическую значимость показателей;
- рассмотреть теоретические и практические аспекты оценки эффективности мероприятий интернет-маркетинга (SEO, рекламных кампаний).

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ОПК-5 : Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1к : Применяет интернет-сервисы и кабинеты для мониторинга показателей веб-аналитики	РД1	Знание	Сущность веб-аналитики, ее принципы, технологии и инструменты, способы разработки стратегии продвижения веб-ресурсов в Интернет
			РД2	Умение	выявлять проблемы продвижения веб-ресурсов в Интернет на основе данных систем веб-аналитики
			РД3	Навык	разрабатывать рекомендации по совершенствованию продвижения веб-ресурсов в интернет на основе системы отчетов в сервисах веб-аналитики
	ПКВ-1 : Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПКВ-1.3к : Оценивает конъюнктуру рынка товаров и услуг, в том числе виртуального, поведение потребителей и их потребностей	РД4	Знание	содержания количественных и качественных показателей веб-аналитики, связь системы показателей с целями продвижения в Интернет
			РД5	Умение	оценивать эффективность маркетинговых кампаний в интернет и сайта в целом

			РДб	Навык	владение навыками построения системы отчетов в сервисах веб-аналитики и методы оценки эффективности продвижения в Интернет
--	--	--	-----	-------	--

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина "Веб-аналитика" читается для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля и 38.03.06 Торговое дело. Международная логистика и управление поставками. "Веб-аналитика" относится к дисциплинам обязательной части и читается в 6 семестре 3 курса. Общая трудоемкость составляет 180 часов (5 зачетных единиц), 18 часов лекций, 36 часов практических занятий и 125 часов самостоятельной работы. Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет.

Для успешного изучения дисциплины «Веб-аналитика» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

Знать:

- основные понятия в области маркетинга;
- математические методы моделирования;
- компьютерные технологии и основные направления их использования в профессиональной деятельности.

Уметь:

- применять математические методы в моделировании маркетинговой деятельности;
- применять компьютерные технологии в профессиональной деятельности.

Владеть:

- методами математического моделирования;
- компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя.

## 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Б1.Б	6	5	55	18	36	0	1	0	125	ДЗ

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы

## текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность веб-аналитики	РД1, РД2, РД3	3	6	0	18	Тестирование (Тест №1); Публичная защита кейс-задачи №1
2	Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинге и Digital рекламы	РД4, РД5, РД6	2	4	0	15	Тестирование (Тест №1); Публичная защита кейс-задачи №2
3	Основные термины и метрики веб-аналитики	РД1, РД2, РД3	2	4	0	15	Тестирование (Тест №3); Публичная защита кейс-задачи №3.
4	Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	РД1, РД2, РД3	2	4	0	15	Тестирование (Тест №4); Публичная защита кейс-задачи №4
5	Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	РД1, РД2, РД3	2	4	0	15	Тестирование (Тест №5); Публичная защита кейс-задачи №5.
6	Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	РД4, РД5, РД6	2	4	0	15	Тестирование (Тест №6); Публичная защита кейс-задачи №6.
7	Анализ эффективности сайта	РД4, РД5, РД6	2	4	0	15	Тестирование (Тест №7); Публичная защита кейс-задачи №7.
8	Продвинутые возможности веб-аналитики	РД1, РД2, РД3	3	6	0	17	Тестирование (Тест №8); Публичная защита кейс-задачи №8.
<b>Итого по таблице</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>125</b>	

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

#### *Тема 1 Сущность веб-аналитики.*

Содержание темы: Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы. Классификация систем интернет-аналитики: системы веб-аналитики, анализаторы логов, системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц, системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице, диспетчеры тегов, счетчики-рейтинги. Стратегическая и сквозная веб-аналитика. Три принципа веб-аналитики. История развития веб-аналитики. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0. Парадигма Trinity.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

#### *Тема 2 Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинге и Digital рекламы.*

Содержание темы: Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-based marketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследования. Определение и содержание CMS. Динамический и статический сайт. Характеристика контента и его создание и

распространение. Критерии классификации систем управления контентом. Простая, шаблонная, профессиональная, универсальная CMS. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

### *Тема 3 Основные термины и метрики веб-аналитики.*

Содержание темы: Ключевые метрики: классификация, количественные и качественные метрики, названия показателей в Яндекс.Метрике и Google Analytics. Метрики для анализа контента, социальных медиа, SEO, посадочных страниц и конверсии, лидов, PR и брендинга. Общие метрики воронки продаж и коммуникаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

### *Тема 4 Обзор, настройки и отчеты Google Analytics.*

Содержание темы: Обзор интерфейса и структура аккаунта. Основные отчеты. Преимущества и ограничения Google Analytics. Установка и проверка кода отслеживания на сайте. Основные настройки счетчика (отчеты по демографии, настройки сеанса, фильтры, группы контента и каналов). Настройка целей и событий. Управление доступом.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

### *Тема 5 Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики.*

Содержание темы: Плюсы и минусы Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы). Настройка целей и событий. Функционал отчетов (сегменты, визуализация, кастомизация отчета). Основные отчеты Яндекс.Метрики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

### *Тема 6 Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.*

Содержание темы: Использование UTM-меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. Анализ эффективности SEO-продвижения, контекстной рекламы, email-маркетинга, трафика соцсетей. Построение систем сквозной аналитики. Анализ эффективности рекламы. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные

технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

#### *Тема 7 Анализ эффективности сайта.*

Содержание темы: Алгоритм анализа эффективности сайта. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки). Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения). Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

#### *Тема 8 Продвинутое возможности веб-аналитики.*

Содержание темы: A/B тестирование страниц: основной принцип тестирования страниц, виды тестов (A/B, многовариантное, сплит). Контроль достоверности теста. Создание и запуск тестов с помощью Google Analytics и Google Optimize. Продвинутое возможности Google Analytics: создание и использование пользовательских параметров и показателей, вычисляемые показатели, импорт расходов рекламных кампаний. Системы отслеживания звонков: Calltracking, статический и динамический колтрекинг, погрешности систем отслеживания звонков.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Для освоения темы предусмотрены активные и интерактивные формы проведения занятий – в форме кейс-задач.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Процесс изучения дисциплины включает посещение аудиторных занятий (лекций и практических занятий), выполнение тестов, кейс-задач, самостоятельную работу студентов.

Самостоятельная работа бакалавров предполагает:

1. Выполнение проектов в рамках ситуационных заданий в форме кейс-задач.
2. Подготовку к тестированию по темам курса
3. Подготовку к дифференцированному зачету в форме устных или письменных ответов на вопросы.

#### *1 Методические рекомендации по выполнению кейс-задач.*

Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы, и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентации по

результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой *ситуационные задания*, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека).

Процесс выполнения кейс-задачи предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.
2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований в форме презентации (файл с расширением .ppt).
3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

#### *2 Подготовка к тестированию по темам курса.*

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связи теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике маркетинговых исследований. Если в ходе подготовки к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

### **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

### **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.



## 7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### 7.1 Основная литература

1. Кметь, Елена Борисовна. Цифровой маркетинг : учебник для вузов [бакалавров и магистрантов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент"] / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко - Санкт-Петербург : Лань , 2023 - 128 с.
2. Миллер, Д. Воронки продаж по методу StoryBrand : Пошаговое руководство : практическое руководство / Д. Миллер, Д. Питерсон ; пер. с англ. О. Бараш. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 196 с. - ISBN 978-5-9614-5334-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904801> (дата обращения: 11.04.2024).
3. Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. — Самара : Самарский университет, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-7883-1802-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336443> (дата обращения: 15.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### 7.2 Дополнительная литература

1. Кобелев О.А., Пирогов С.В. Электронная коммерция : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 682 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358562>
2. Ловись, клиент, большой и маленький : пособие для интернет-маркетологов : Практическое пособие [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия , 2019 - 212 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=346713>
3. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 345 с. — (Наука). - ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2117126> (дата обращения: 11.04.2024).

### 7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

## 8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

### Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

### Программное обеспечение:

· 1С: ПРЕДПРИЯТИЕ 8

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ВЕБ-АНАЛИТИКА**

Направление и направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело. Международная логистика и управление поставками

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ОПК-5 : Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1к : Применяет интернет-сервисы и кабинеты для мониторинга показателей веб-аналитики
	ПКВ-1 : Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПКВ-1.3к : Оценивает конъюнктуру рынка товаров и услуг, в том числе виртуального, поведение потребителей и их потребностей

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

**Компетенция ПКВ-1 «Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий»**

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код	Тип результата	Результат	
ПКВ-1.3к : Оценивает конъюнктуру рынка товаров и услуг, в том числе виртуального, поведение потребителей и их потребностей	РД4	Знание	содержания количественных и качественных показателей в веб-аналитики, связь системы показателей с целями продвижения в Интернет	Тест
	РД5	Умение	оценивать эффективность маркетинговых кампаний в интернет и сайта в целом	кейс-задача
	РД6	Навык	владение навыками построения системы отчетов в сервисах веб-аналитики и методы оценки эффективности продвижения в Интернет	кейс-задача

**Компетенция ОПК-5 «Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач»**

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ОПК-5.1к : Применяет интернет-сервисы и кабинеты для мониторинга показателей веб-аналитики	РД1	Знание	Сущность веб-аналитики, ее принципы, технологии и инструменты, способы разработки стратегии продвижения веб-ресурсов в Интернет	Тест
	РД2	Умение	выявлять проблемы продвижения веб-ресурсов в Интернет на основе данных систем веб-аналитики	кейс-задача
	РД3	Навык	разрабатывать рекомендации по совершенствованию продвижения веб-ресурсов в интернет на основе системы отчетов в сервисах веб-аналитики	кейс-задача

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

### 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Сущность веб-аналитики, ее принципы, технологии и инструменты, способы разработки стратегии продвижения веб-ресурсов в Интернет	1.1. Сущность веб-аналитики	Тест	Опрос
		1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Тест	Опрос
		1.4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	Тест	Опрос
		1.5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	Тест	Опрос
		1.8. Продвинутое возможности веб-аналитики	Тест	Опрос
РД2	Умение : выявлять проблемы продвижения веб-ресурсов в Интернет на основе данных систем веб-аналитики	1.1. Сущность веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
		1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
		1.4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	Кейс-задача	защита проекта

		1.5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	Кейс-задача	защита проекта
		1.8. Продвинутое возможности веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
РД3	Навык : разрабатывать рекомендации по совершенствованию продвижения веб-ресурсов в интернет на основе системы отчетов в сервисах веб-аналитики	1.1. Сущность веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
		1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
		1.4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	Кейс-задача	защита проекта
		1.5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	Кейс-задача	защита проекта
		1.8. Продвинутое возможности веб-аналитики	Кейс-задача	защита проекта
РД4	Знание : содержания количественных и качественных показателей веб-аналитики, связь системы показателей с целями продвижения в Интернет	1.2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	Тест	Опрос
		1.6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	Тест	Опрос
		1.7. Анализ эффективности сайта	Тест	Опрос
РД5	Умение : оценивать эффективность маркетинговых кампаний в интернет и сайта в целом	1.2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	Кейс-задача	защита проекта
		1.6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	Кейс-задача	защита проекта
		1.7. Анализ эффективности сайта	Кейс-задача	защита проекта
РД6	Навык : владение навыками построения системы отчетов в сервисах веб-аналитики и методы оценки эффективности продвижения в Интернет	1.2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	Кейс-задача	защита проекта
		1.6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	Кейс-задача	защита проекта
		1.7. Анализ эффективности сайта	Кейс-задача	защита проекта

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

#### Распределение баллов по видам учебной деятельности

Вид учебной деятельности	Тесты	Кейс-задачи	Устные или письменные ответы на вопросы	Итого
Практические занятия	40	40		80
Самостоятельная работа		10		10
Промежуточная аттестация			10	10
Итого	40	50	10	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 Примеры тестовых заданий

#### Тест по теме 1

- Веб-аналитика - это (возможно несколько вариантов ответа):
  - Анализ качественных и количественных данных вашего сайта
  - Анализ качественных и количественных данных сайтов конкурентов
  - Улучшение пользовательского опыта и впечатления от текущих и потенциальных клиентов, которые взаимодействуют с вашим бизнесом через интернет
  - Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в онлайн
  - Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в офлайне
- Какие из представленных задач решают сервисы веб-аналитики? (возможно несколько вариантов ответа)
  - Размещение рекламных кампаний в интернете
  - Разработка маркетинговых стратегий продвижения бренда в интернете
  - Настройка систем аналитики и поддержка их в актуальном состоянии
  - Поддержка работоспособности сайта
- Что из перечисленного является показателем (возможно несколько вариантов ответа)?
  - Название браузера
  - Название города
  - Число сеансов
  - Число отказов
  - Время на сайте
- Что из перечисленного является параметром (возможно несколько вариантов ответа)?
  - Источник или канал

- В. Пол
  - С. Число сеансов
  - Д. Время на сайте
  - Е. Размер скидки
5. При каких условиях у пользователя будет 2 сеанса (одновариантный вопрос)?
- А. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, бездействовал 20 минут и оформил покупку в 10:25
  - В. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, бездействовал 35 минут и оформил покупку в 11:40
  - С. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, оформил покупку в 10:20
6. Статистика сайта – это (одновариантный вопрос)?
- А. сбор и анализ информации про его посетителей, а также их активность.
  - В. отрасль знаний, в которой излагаются общие вопросы сбора, измерения и анализа массовых статистических) данных
  - С. комплекс мер для поднятия позиций сайта по определенным запросам пользователей.
7. К основным методам веб-аналитики относят (возможно несколько вариантов ответа):
- А. анализ посещаемости сайта, анализ юзабилити и анализ поведения посетителей;
  - В. количество просмотренных страниц, источники переходов, глубину переходов;
  - С. карту переходов между страницами сайта, запросы, по которым посетители попадают на сайт через поисковики, географию посетителей;
  - Д. общее время, которое посетитель провел на сайте, удобство навигации сайта, конечный результат посещения.
8. Веб-анализ позволяет определить (возможно несколько вариантов ответа):
- А. качество трафика и оценить эффективность сайта;
  - В. время посещения, степень активности;
  - С. поисковый запрос, по которому посетитель зашел на сайт.
9. Может ли число сеансов больше числа пользователей?
- А. да, так обычно и бывает
  - В. да, если у вас неправильно настроены параметры счетчика
  - С. да, если у вас не заданы параметры географии ресурса
  - Д. нет
10. Инструмент Вебвизор относится к сервису (одновариантный вопрос):
- А. Google Analytics
  - В. Яндекс Метрика
  - С. Wordpress stats
  - Д. Openstat

#### *Краткие методические указания*

#### **Методические указания по подготовке к тестированию**

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связи теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике управления маркетингом. Если в ходе к подготовке к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

#### *Шкала оценки*

#### **Критерии оценки тестов:**

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент не допустил ошибок в ответах на вопросы теста



- 85-76 баллов выставляется студенту, если студент допустил не более 1-2 ошибок в ответах на вопросы теста
- 75-61 балл выставляется студенту, если студент допустил не более 3-5 ошибок в ответах на вопросы теста
- 60-50 баллов выставляется студенту, если студент допустил более 6 ошибок в ответах на вопросы теста

## 5.2 Задания для решения кейс-задачи

### Кейс-задача 5.1 к теме 5. Создание серии отчетов в Яндекс Метрике

Условие:

•Пользователи из Московской области •Период захода на сайт Яндекс Метрики - с 1 января по текущую дату •Пользователи, зашедшие по результатам органического поиска из поисковой системы Яндекс

Создадим серию отчетов (или один отчет), чтобы ответить на серию вопросов :

1. Каков наиболее популярный запрос пользователей в поисковой системе Яндекс?
2. Кто больше пользуется самым популярным запросом — женщины или мужчины?
3. В каком месяце этот запрос был наиболее востребован?

Кейс-задача 5.2 к теме 5

Условие:

•Пользователи из Санкт-Петербурга и Ленинградской области •Период захода на сайт Яндекс Метрики - с 1 января 2020 по текущую дату •Пользователи, заходившие на сайт Яндекс Метрики с мобильного устройства

Создадим новый отчет, чтобы ответить на серию вопросов 1 (время выполнения 5 минут):

1. Определить самую популярную модель мобильного устройства? 2. Доминирующий возраст пользователей? 3. Какой источник трафика доминирует?

*Краткие методические указания*

#### **Методические указания по выполнению кейс-задач**

В учебном процессе в рамках дисциплины применяются активные методы обучения – кейс-задачи, представляющие собой имитационные неигровые: case-study «описание опыта» (ситуационные задания) – разбор и анализ конкретных ситуаций.

Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы, и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентации по результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой ситуационные задания, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека).

Самостоятельная работа студентов в рамках выполнения кейс-задачи предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия.
2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований в форме презентации (файл с расширением .ppt) или текстового документа (в форме файла с расширением .docs)
3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

### *Шкала оценки*

#### **Критерии оценки кейс-задач :**

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами стратегического анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

- 85-76 баллов - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

- 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

- 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы

### **5.3 Вопросы к зачету (устная форма)**

Список вопросов к зачету

1. Определение веб-аналитики
2. Существующие классификации сервисов веб-аналитики
3. Процесс подключения сайта к сервису веб-аналитики
4. Основные метрики веб-аналитики
5. Основные ограничения веб-аналитики
6. Функциональные обязанности веб-аналитика
7. Инструменты и методы сбора статистик сайтов
8. Что такое код счетчика (или код отслеживания) и как он создается
9. Что такое тайм-аут
10. Особенности расчета отказов
11. Какие бывают виды просмотров
12. Содержание глубины просмотров
13. Сущность модели данных Сеансы/Просмотры страниц
14. Сущность модели данных, управляемой на основе событий
15. Опишите разницу между количественными и качественными атрибутами в отчетах сервисов веб-аналитики
16. Опишите различия абсолютных и относительных атрибутов в отчетах сервисов веб-аналитики
17. Сущность performance-маркетинга
18. Содержание воронки продаж и ее связь с процессом покупательского решения
19. Содержание карты пути потребителя
20. Виды KPI для разных уровней воронки продаж

*Краткие методические указания*

#### **Рекомендации по подготовке к зачету**

Подготовка к зачету и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения

дисциплины, в этом случае подготовка к зачету позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к зачету лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к зачету.

#### *Шкала оценки*

#### **Критерии выставления оценки студенту на зачете**

<b>Баллы</b> (рейтинговой оценки)	<b>Оценка зачета</b> (стандартная)	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
100-86 баллов	<b>«зачтено»</b>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
85-76	<b>«зачтено»</b>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	<b>«зачтено»</b>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, не достаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
60-50	<b>«не зачтено»</b>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.