

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАТЕМАТИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ОСНОВЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ

Направление и направленность (профиль)
38.03.05 Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика

Год набора на ОПОП
2021

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы веб-аналитики» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (утв. приказом Минобрнауки России от 29.07.2020г. №838) 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):

Красько А.А., доцент, Кафедра математики и моделирования, Andrey.Krasko@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры математики и моделирования от 23.05.2024 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Галимзянова К.Н.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1599657997
Номер транзакции	000000000D2B8F0
Владелец	Галимзянова К.Н.

38.03.05 Бизнес- информатика	ОФО	Б1.Б	7	4	41	16	24	0	1	0	103	Э

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	2	2	0	10	защита кейс- задачи
2	Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	РД1	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
3	Основные термины и метрики веб-аналитики	РД1, РД2, РД3	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
4	Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	РД3	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
5	Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	РД3	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
6	Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	РД2	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
7	Анализ эффективности сайта	РД2	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
8	Продвинутые возможности веб-аналитики	РД2	2	4	0	18	Тестирование, защита кейс- задачи
Итого по таблице			16	24	0	103	

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 логово, 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. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0. Парадигма Trinity.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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-маркетинга 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. 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: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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: 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: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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 КРІ. Медиапланирование и прогнозирование результата.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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: Лекция, практика, кейс-задача.

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

Тема 8 Продвинутые возможности веб-аналитики.

Содержание темы: А/В тестирование страниц: основной принцип тестирования страниц, виды тестов (А/В, многовариантное, сплит). Контроль достоверности теста. Создание и запуск тестов с помощью Google Analytics и Google Optimize. Продвинутые 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: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, 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

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения текущих и промежуточных контрольных испытаний студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

- самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы;
- регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной работы;
- согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.

При выполнении кейс-заданий необходимо использовать теоретический материал, делать ссылки на соответствующие теоремы, свойства, формулы и др. Решение выполняется подробно и содержит необходимые пояснительные ссылки. Самостоятельность в учебной работе способствует развитию заинтересованности студента в изучаемом материале,

вырабатывает у него умение и потребность самостоятельно получать знания, что весьма важно для специалиста с высшим образованием.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студента включает следующие виды, выполняемые в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и рабочим учебным планом:

- аудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя на лекции;
- внеаудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя: изучение теоретического материала, подготовка к аудиторным занятиям (лекция, практическое занятие, коллоквиум, контрольная работа, тестирование, устный опрос), дополнительные занятия, текущие консультации по дисциплине.

Контроль успеваемости осуществляется в соответствии с рейтинговой системой оценки знаний студентов. Оценка по дисциплине определяется по 100-бальной шкале как сумма баллов, набранных студентом в результате работы в семестре. Распределение баллов доводится до студентов в начале семестра.

Учебным планом предусмотрены консультации, которые студент может посещать по желанию.

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. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов /

Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773> (дата обращения: 12.11.2024).

2. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11732-3. — URL: <https://book.ru/book/949723> (дата обращения: 14.11.2024). — Текст : электронный.

7.2 Дополнительная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082690> (дата обращения: 18.11.2024)

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

1. Научная электронная библиотека – <https://elibrary.ru/>
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
3. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
5. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
7. 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:

- Microsoft Office 2010 Standart

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАТЕМАТИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

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

ОСНОВЫ ВЕБ-АНАЛИТИКИ

Направление и направленность (профиль)

38.03.05 Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика

Год набора на ОПОП
2021

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции и	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.05 «Бизнес-информатика» (Б-БИ)		

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

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 : современных методов и инструментов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	1.1. Сущность веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
РД2	Умение : осуществлять поиск и отбор инструментов и методов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача

		1.7. Анализ эффективности сайта	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.8. Продвинутое возможности веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
РДЗ	Навык : применения современных методов, моделей, алгоритмов, технологий и инструментальных средств для решения прикладных задач с использованием больших данных для поддержки управленческих решений	1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача
		1.5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Тест	Кейс-задача

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.

Виды учебной деятельности	Тест	Кейс-задача	Итого
Лекция	10		10
Практическое занятие	10	50	60
Промежуточная аттестация		30	30
Итого	20	80	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 Контрольный тест

Тест №1

1. Веб-аналитика – это:

- A. Анализ качественных и количественных данных вашего сайта
- B. Анализ качественных и количественных данных сайтов конкурентов
- C. Улучшение пользовательского опыта и впечатления от текущих и потенциальных клиентов, которые взаимодействуют с вашим бизнесом через интернет
- D. Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в онлайне

1. Анализ влияния интернет-деятельности компании на результаты в офлайне

2. Какие из представленных задач решают веб-аналитики?

- A. Размещение рекламных кампаний в интернете
- B. Разработка маркетинговых стратегий продвижения бренда в интернете
- C. Настройка систем аналитики и поддержка их в актуальном состоянии
- D. Анализ эффективности интернет-деятельности кампании на результаты в офлайне

1. Поддержка работоспособности сайта

3. Какие пункты являются этапами работы по решению задач веб-аналитики?

- A. Сбор данных
- B. Обработка данных
- C. Определение пула необходимых данных
- D. Интерпретация

4. Какие основные характеристики данных используются для сегментирования клиентов в системах веб-аналитики?

- A. Параметры
- B. Показатели
- C. Переменные
- D. Вычисляемые показатели

1. Соц. Дем.

5. Что из перечисленного является параметром?

- A. Источник или канал
- B. Пол
- C. Сеансы
- D. Время на сайте

1. Размер скидки

6. Что из перечисленного является показателем?

- A. Час дня
- B. Город
- C. Сеансы
- D. Число отказов

1. Время на сайте

7. На основе каких сущностей работают системы веб-аналитики?

- A. Cookies
- B. Сеансы
- C. Хит
- D. UserID

1. Продажа

8. Какие хиты относятся к типу «просмотр страницы»?

- 1. Переход на главную страницу сайта
- 2. Переход в карточку товара
- 3. Отправка данных о заказе
- 4. Добавление товара в корзину
- 5. Переход в корзину

9. При каких условиях у пользователя будет 2 сеанса?

A. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, закрыл сайт в 10:10, опять зашел на сайт в 10:15, оформил покупку в 10:20

B. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, закрыл сайт в 10:10, опять зашел на сайт в 10:15, оформил покупку в 11:00

C. Перешел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, оформил покупку в 10:20

10. Что такое отказ?

- A. Просмотр клиентом меньше одной страницы
- B. Сеанс без совершения транзакций
- C. Отправка только одного хита за сеанс

Тест №2

1. Какое время сеанса будет зафиксировано системой Google Analytics при следующем посещении? Пользователь зашел на сайт в 10:00, добавил товар в корзину в 10:05, оформил покупку в 10:10, закрыл страницу интернет магазина в 10:20.

- A. 5 минут
- B. 10 минут
- C. 20 минут
- D. 30 минут

2. На сайте установлена цель на скачивание любого PDF файла, два пользователя зашли на сайт: первый пользователь в рамках сессии скачал 5 разных PDF файлов, второй пользователь ничего не скачивал. Какой коэффициент конверсии в цель будет зафиксирован?

- A. 500%
- B. 100%
- C. 50%
- D. 200%

3. Какую utm метку необходимо использовать, если мы хотим записать значение в показатель «ключевое слово»?

- 1. utm_source
- 2. utm_medium
- 3. utm_term
- 4. utm_content

4. В какой источник/канал будут попадать переходы из СМС, если ссылка не помечена меткой?

- A. (not set) / (not set)
- B. (direct) / (none)

C. mobile / срс

D. google / срс

5. *Какая модель атрибуции используется в базовых отчетах системы Google.Analytics?*

A. Последнее взаимодействие

B. Первое взаимодействие

C. Последнее не прямое взаимодействие

D. Последнее платное взаимодействие

6. *Где в коде сайта должен быть установлен счетчик Google.Analytics?*

A. Перед тегом head

B. Внутри тега head

C. Внутри тега body

7. *Какой номер счетчика установлен на сайте realweb.ru?*

1. UA-4666319-1

2. UA-4639320-2

3. UA-4639319-1

4. UA-234519-12

8. *Какое время ожидания сеанса установлено в Google.Analytics по умолчанию?*

A. 3 минуты

B. 20 минут

C. 30 минут

D. 1 час

9. *Какие типы целей есть в Google.Analytics?*

A. Целевая страница

B. Число отправленных хитов

C. Продолжительность

D. Событие

1. Воронка

2. Страницы/экраны за сеансы

10. *На что влияет настройка валюты в Google.Analytics?*

A. На значок валюты, который подставляется при отображении показателя доход

B. На пересчет расходов AdWords в валюту, установленную в настройках представления

C. На пересчет расходов из других систем в валюту, установленную в настройках представления

D. На пересчет показателя «доход» в валюту, установленную в настройках представления

Краткие методические указания

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

Оценка	Баллы	Описание
5	5	выставляется студенту, если студент не допустил ошибок в ответах на вопросы теста (на все вопросы даны правильные ответы)
4	4	выставляется студенту, если студент допустил не более 1 ошибки в ответах на вопросы теста
3	3	выставляется студенту, если студент допустил не более 3 ошибок в ответах на вопросы теста
2	2	выставляется студенту, если студент допустил 3-4 неправильных ответа на вопросы теста
1	1	выставляется студенту, если студент допустил 5 и более неправильных ответов на вопросы теста

5.2 Задания для решения кейс-задачи

Кейс-задача №1. Сущность веб-аналитики. Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики

Цели работы

Провести сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики и сформулировать их достоинства и ограничения.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека).

Содержание работы

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Проводится сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

1. Провести сравнительный анализ двух систем аналитики разных типов в разрезе 10 параметров (результаты анализ оформить в табличной форме):

- Историческая справка (год создания, страна ит.д.)
- принцип использования (внешняя или внутренняя программа)
- решаемые задачи
- инструменты сбора статистики
- перечень собираемой информации (сгруппировать)
- платно-бесплатно и т.д...остальные параметры сформулировать самостоятельно)

2. Сформулировать окончательные выводы.

3. Результаты задания оформить в виде презентации.

Кейс-задача №2. Взаимосвязь веб-аналитики, интернет-маркетинга и digital-рекламы. Постановка целей для сайта

Цели работы

Закрепление теоретических знаний и практических умений по формированию системы метрик, позволяющих оценить воронку продаж и коммуникации компании в Интернет.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). Результат ситуационного задания оформляется в форме презентации и публично защищается на практическом занятии.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

1. Выбрать публичный сайт в Интернет (интернет-магазин, информационный сайт о мероприятии и т.д.).

2. Сформулировать систему целей выбранного ресурса по модели Smart. Любые цели должны хотя бы примерно соответствовать этим критериям.

То есть цели должны быть конкретными, измеримыми, значимыми для бизнеса, достижимыми и ограниченными по времени. Исходя из этих критериев, определяются цели для сайта.

Примеры правильных целей:

- Увеличить доходы офлайн магазина на 30% в год за счет сайта. Эта цель соответствует практически всем ранее озвученным критериям. Она конкретна (указываем %), измерима (сравниваем за год), значима для бизнеса (увеличение дохода), ограничена по времени и скорее всего достижима

- Информировать и поддерживать текущих клиентов
- Получать прибыль от размещения рекламы на сайте
- Разгрузить отдел по работе с клиентами от однотипных вопросов

Примеры неправильных целей:

- Сделать сайт, чтобы на нем разместить фото директора
- Сделать страничку, рассказывающую об успехах фирмы
- Сделать сайт, «чтобы был»

3. После того, как определены цели сайта, возникает более ясная картина того, как должны вести себя пользователи на проекте. То есть, какие действия они должны совершать чтобы мы смогли оценить их важность и конверсионность. На этом этапе формулируются действия, действия ожидаемые от посетителей сайта. Например

- Оформление заказа на сайте
- Отправка заявки на консультацию
- Клик по рекламе на сайте
- Скачивание прайса
- Рекомендация статьи
- Звонок с сайта

4. На этом этапе разрабатывается система (матрица) KPI и рассчитываются планируемые значения показателей.

Краткие методические указания

Кейс-задачи предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентаций 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 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. За выполнение всех кейс-задач студент набирает 80 баллов.

Шкала оценки

Оценка	Кол-во баллов	Критерии
5	10	выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактически отсутствуют ошибки, связанные с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

4	8	работа 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. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
3	6	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
2	4	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 в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	2	Цель задания не достигнута, используется заимствованный материал