

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 04 » апреля 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Веб-аналитика в коммуникациях
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика
(код и наименование направления)

Направленность: Прикладная информатика (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности управлять проектированием дизайна ИС, в том числе с использованием веб-аналитики.

Задачи:

Знать

- инструменты бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, направления и принципы таргетинга, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама); основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM);
- методы работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций в цифровой среде;
- методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными;

Уметь

- использовать веб-аналитику в коммуникациях с целью управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); использовать инструменты маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, таргетинг, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама, BTL, Digital);
- использовать методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными; цифровые коммуникационные средства, продукты и мультимедийные технологии; пакеты прикладных программ для решения управленческих задач;
- формулировать основные целевые показатели исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации в цифровой среде.

Владеть навыками

- использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для презентации продуктовых и технологических решений;
- работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; использования методики и специализированного программного обеспечения для работы с большими данными;
- работы с универсальными пакетами прикладных программ для решения задач инновационного менеджмента.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Поисковые системы и базы цитирования.

Веб-аналитика.

Системы сбора веб-статистики.

Целевые аудитории.

Таргетированная реклама.

Digital-коммуникации.

Digital-стратегия.

Социальные медиа.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.6	ИД-1ПК-1.6	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> • инструменты бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, направления и принципы таргетинга, SEO-продвижение, лидогенерации; контекстная и медийная реклама); основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); • методы работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций в цифровой среде; • методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными 	<p>Знает основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); современные инструменты и методы управления организацией, в том числе основы стратегических коммуникаций в цифровой среде и в IT-сфере</p>	<p>Дифференцированный зачет</p>

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.6	ИД-2ПК-1.6	<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать веб-аналитику в коммуникациях с целью управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); использовать инструменты маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, таргетинг, SEO-продвижение, лидогенерации; контекстная и медийная реклама, BTL, Digital); • использовать методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными; цифровые коммуникационные средства, продукты и мультимедийные технологии; пакеты прикладных программ для решения управленческих задач; • формулировать основные целевые показатели исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации в цифровой среде. 	<p>Умеет использовать веб-аналитику в коммуникациях с целью управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM)</p>	Кейс-задача
ПК-1.6	ИД-3ПК-1.6	<p>Владеть навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для презентации продуктовых и технологических решений; • работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; 	<p>Владеет навыками презентации продуктовых и технологических решений; производства цифрового контента (WEB- и UX-копирайтинг) с целью эффективного управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM)</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		использования методики и специализированного программного обеспечения для работы с большими данными; <ul style="list-style-type: none"> • работы с универсальными пакетами прикладных программ для решения задач инновационного менеджмента. 		

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		8	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	20	20	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	30	30	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	
8-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 1. История развития глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики	4	0	6	18
Протокол HTTP, FTP и язык HTML. Появление мессенджеров и социальных сетей. Современное состояние и тенденции развития информационно-коммуникационной сети Интернет. Развитие систем Google Analytics (GA) и Яндекс. Метрика.				
Тема 2. Общая аналитика цифровых коммуникаций кампании. Веб-аналитика как главный инструмент маркетинговых исследований в Интернет	4	0	6	18
Понятия веб-аналитики, ее цели и задачи. Аудитория сайта. История веб-аналитики. Области применения веб-аналитики. Методы веб-аналитики. Анализ посещаемости сайта. Анализ данных интернет-магазина. Анализ юзабилити. Анализ поведения посетителей сайта. Бенчмаркинг. Сквозная аналитика				
Тема 3. Методология веб-анализа. Метрики аналитики	4	0	6	18
Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ				
Тема 4. Сегментация пользователей. Подготовка и настройка рекламных кампаний	4	0	6	18
Сегменты в Google Analytics, Яндекс-метрика, Рейтинг Mail.ru. Ретаргетинговые кампании в СМС. Анализ с использованием сегментации. Яндекс. Директ, Google Реклама. Другие рекламные кабинеты				
Тема 5. Инструменты веб-аналитики и мониторинговых исследований в Интернет	4	0	6	18
Счетчики в веб-аналитике. Счетчики-рейтинги. Лог-анализаторы. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры). Диспетчер тегов. Комплексные мониторинговые интернет-исследования. Специфические характеристики сервисов Web-аналитики. Характеристика и особенности Яндекс. Метрика и Google. Analytics.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Другие счетчики				
ИТОГО по 8-му семестру	20	0	30	90
ИТОГО по дисциплине	20	0	30	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	HTTP – протокол: понятие и сущность. Анализ лог-файлов
2	Формирование карты кликов и скроллинга
3	Сегментация пользователей. Сбор ключевой ЦА. Создание привлекательных объявлений. Оформление кампании и загрузка интерфейса.
4	Методы веб-аналитики: анализ посещаемости сайтов, анализ данных электронной торговли, анализ юзабилити, анализ поведения посетителей, бенчмаркинг, сквозная аналитика
5	Мониторинг и анализ конкурентной среды: подготовка отчетов, формирование и реализация предложений по отстройке от конкурентов в сети Интернет
6	Основные термины и понятия веб-аналитики: клик, путь клика, показ страницы, уникальный посетитель, время взаимодействия, событие, частота, Impression, время просмотра страницы, тепловая карта и т.д.
7	Мониторинг присутствия компании в сети Интернет (позиции сайта в поисковых системах по необходимым ключевым запросам, отзывы о компании, упоминания на форумах, в блогах и др.).
8	Анализ данных интернет-магазина
9	Google Analytics (GA). Яндекс-метрика. Методики и инструменты мониторинга степени изменения выдачи «Яндекса» и «Google».
10	Оценка эффективности контекстной рекламы

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Интернет-маркетинг : учебное пособие / Боровых К. О., Иванова А. Н., Плотников А. В., Попов А. А. Пермь Екатеринбург : ПНИПУ, 2020. 101 с. 6,5 усл. печ. л.	20
2	Информатика. Базовый курс : учебное пособие для вузов. 3-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. 637 с. 51,6 усл. печ. л.	50
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Бабаев А.Б., Евдокимов Н.В., Бодя М.М. Создание сайтов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014.	2
2	Бабаев А.Б., Евдокимов Н.В., Бодя М.М. Создание сайтов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014.	2

3	Головко Б.Н. Информационный менеджмент массовой коммуникации : учеб. пособие / Б.Н. Головко. - Москва: Акад. проект, Трикста, 2005.	1
4	Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / В. П. Тихомиров [и др.]. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013.	4
5	Райен Д. Краткий курс интернет-маркетинга. Цифровые стратегии для привлечения цифрового поколения : пер. с англ. / Д. Райен, К. Джонс. - Москва: ШКИМБ, 2013.	1
6	Резникова Н. П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций : учебное пособие для вузов / Н. П. Резникова, Е. Г. Кухаренко. - Москва: Горячая линия-Телеком, 2018.	1
7	Смолина В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях / В. А. Смолина. - Москва Вологда: Инфра-Инженерия, 2019.	1
8	Сухарев О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : коллективная монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва: КУРС, ИНФРА-М, 2019.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Громов Ю.Ю. Информационные Web-технологии: учебное пособие/ Громов Ю.Ю., Иванова О.Г., Шахов Н.Г., Однолько В.Г. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2014	https://elib.pstu.ru/Record/ipr63851	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие/ Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009	https://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks129367	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Мухин О. И. Интерактивная информатика: учебное пособие / О. И. Мухин, О. А. Полякова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks193450	локальная сеть; авторизованный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / В. П. Тихомиров [и др.]. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks163254	локальная сеть; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	компьютер, экран, проектор	1
Практическое занятие	компьютерный класс	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Веб-аналитика в коммуникациях»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

**Направленность (профиль)
образовательной программы:** Мультимедийные технологии и
информационный дизайн

Квалификация выпускника: бакалавр

Выпускающая кафедра: Иностранных языков и связей с
общественностью

Форма обучения: Очная

Курс: 4

Семестр: 8

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 4 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 144 ч.

Форма промежуточной аттестации:

8 семестр – диф.зачет

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (8-го семестра учебного плана) и разбито на 5 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по лабораторным работам и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
З.1 инструменты бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, направления и принципы таргетинга, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама); основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM);		ТО		КЗ		ТВ
З.2 методы работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций в цифровой среде;		ТО		КЗ		ТВ
З.3 методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными;		ТО		КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1 использовать веб-аналитику в коммуникациях с целью управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); использовать инструменты маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, таргетинг, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама, BTL, Digital);				КЗ		ПЗ
У.2 использовать методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными; цифровые коммуникационные средства, продукты и мультимедийные технологии; пакеты прикладных программ для решения управленческих задач;				КЗ		ПЗ
У.3 формулировать основные целевые показатели исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации в цифровой среде.				КЗ		ПЗ
Приобретенные владения						
В.1 использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для презентации продуктовых и технологических решений;				КЗ		КЗ
В.2 работы с бесплатными и платными поисковыми				КЗ		КЗ

сервисами поиска информации и базами данных; использования методики и специализированного программного обеспечения для работы с большими данными;						
В.3 работы с универсальными пакетами прикладных программ для решения задач инновационного менеджмента.						

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде диф.зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения кейс-задачи после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

2.2.1. Отчет по выполнению кейс-задачи

Выполнение кейс-задачи проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи:

1. Проанализировать посещаемость сайта.
2. Проанализировать данные интернет-магазина.
3. Проанализировать поведение посетителей сайта.
4. Проанализировать юзабилити сайта.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех

лабораторных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих запланированных работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Анализ данных интернет-магазина
2. Методы веб-аналитики
3. Мониторинг и анализ конкурентной среды
4. Мониторинг присутствия компании в сети Интернет
5. HTTP – протокол
6. Области применения веб-аналитики.
7. Основные термины и понятия веб-аналитики
8. Оценка эффективности контекстной рекламы.
9. Понятия веб-аналитики, ее цели и задачи
10. Развитие систем Google Analytics (GA) и Яндекс. Метрика.
11. Сегментация пользователей. Сбор ключевой ЦА. Создание привлекательных объявлений. Оформление кампании и загрузка интерфейса.
12. Современное состояние и тенденции развития информационно-коммуникационной сети Интернет.
13. Специфические характеристики сервисов Web-аналитик
14. Формирование карты кликов и скроллинга.

Типовые вопросы и практические задания для контроля усвоенных умений:

1. Анализ лог-файлов в предлагаемой ситуации.
2. Сегментация пользователей в предлагаемой ситуации.

3. Сбор ключевой ЦА в предлагаемой ситуации.
4. Создание привлекательных объявлений в предлагаемой ситуации.
5. Оформление кампании и загрузка интерфейса в предлагаемой ситуации
6. Анализ посещаемости сайтов в предлагаемой ситуации
7. Анализ данных электронной торговли в предлагаемой ситуации
8. Анализ юзабилити в предлагаемой ситуации
9. Анализ поведения посетителей в предлагаемой ситуации
10. Бенчмаркинг в предлагаемой ситуации
11. Определить позиции сайта в поисковых системах по необходимым ключевым запросам в предлагаемой ситуации
12. Проанализировать отзывы о компании, упоминания на форумах, в блогах в предлагаемой ситуации
13. Применить методики и инструменты Google Analytics (GA) и Яндекс-метрика в предлагаемой ситуации.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Провести мониторинг присутствия компании в сети Интернет.
2. Провести анализ конкурентной среды: подготовка отчетов, формирование и реализация предложений по отстройке от конкурентов в сети Интернет.
3. Проанализировать пользователей с использованием сегментации
4. Проанализировать поведение посетителей сайта.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.