Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.10.2023 16:02:46
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета информационных технологий

/Д. Г. Демидов/

«28» 04 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Веб-аналитика»

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика
Образовательная программа (профиль подготовки)
«Большие и открытые данные»

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Москва 2022

Программа дисциплины «Веб-аналитика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению **09.03.03 «Прикладная информатика»** и профилю подготовки **«Большие и открытые данные».**

Программу составил



_____/Н.И.Царькова/

Программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Прикладная информатика»
«____» августа 2022 г. протокол № _____

Заведующий кафедрой
доцент, к.э.н.  /С.В.Суворов/

Программа согласована с руководителем образовательной программы по направлению подготовки **09.03.03 «Прикладная информатика»** по профилю подготовки **«Большие и открытые данные».**



_____ /С.В.Суворов/
«____» августа 2022 г.

Программа утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета Информационных технологий

Председатель комиссии  / Д. Г. Демидов/

«____»_____2022 г. Протокол:

1. Цели освоения дисциплины.

К **основным целям** освоения дисциплины «Веб-аналитика» следует отнести:

- получение студентами теоретических и практических знаний по вопросам статистических исследований в Интернет, сбора и анализа информации о посетителях сайта; проведения маркетинговых исследований в Интернет, а также анализа производительности web-служб;

-вырабатывание практических навыков по использованию технологий разработки и управления Интернет ресурсами в практической деятельности;

- формирование знаний в области освоения систем управления контентом и уверенного использования технологий анализа посещаемости сайтов, а также закрепляет знания по экономическому, управленческому и проектному видам деятельности квалификационной характеристики специальности «Прикладная математика и информатика».

К **основным задачам**освоения дисциплины «Веб-аналитика» следует отнести:

– освоение методологии, анализа и выбора принципов и методов управления интернет - порталами и их информационным наполнением при помощи систем управления контентом, расширение знаний в области информационных технологий, их использование в эффективном управлении Интернет ресурсом.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Веб - аналитика» относится к числу профессиональных учебных дисциплин вариативной части базового цикла (Б1) основной образовательной программы бакалавриата.

«Веб - аналитика» взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП:

В вариативной части базового цикла (Б1):

– Электронный бизнес;

– Теоретическая метрология.

– Мультимедийные технологии электронного бизнеса;

– Интернет- маркетинг.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2.	способностью понимать, совершенствовать и применять современный математический аппарат	**знать:** • основные тенденции и направления развития интернет-технологий; • принципы адресации и методы взаимодействия в рамках сети Интернет; • в каких случаях эффективнее использовать тот или иной программный продукт для создания, настройки и сопровождения интернет-систем; • отличительные особенности динамических и статических сайтов; • понятие контента и его жизненного цикла; **уметь:** • использовать существующие пакеты программ для создания и эксплуатации систем, созданных на основе интернет-технологий; • определять слабые места в управлении интернет-ресурсом; • оценивать различные предложения по внедрению систем управления контентом и интернет-статистики, выбирать наиболее оптимальные из них; • определять функциональные требования web-службам; **владеть:** • средствами коллективной работы в сети Интернет; • методами поиска и анализа профессиональной информации в области социологии;

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы, т.е. 180 академических часов (из них 108 часов – самостоятельная работа студентов).

На четвертом курсе в **седьмом** семестрах изучается дисциплина «Веб- аналитика»:

Седьмой семестр - лекции– 1 час в неделю (18 часов), лабораторные работы – 2 часа в неделю (54 часов), форма контроля – зачет.

Структура и содержание дисциплины «веб-аналитика» по срокам и видам работы отражены в приложении.

Содержание разделов дисциплины

Седьмой семестр

Введение

1. **Генезис сети Интернет.** История создания Сети. Развитие электрических и электронных средств связи. ARPANET. Всемирная паутина. Развитие интернет в XXI веке. Организационная структура Интренета. Схема адресации в сети Интернет. MAC-адреса. Числовые IP-адреса. Диагностические утилиты. Понятие домена. Базы данных DNS. Домены верхнего уровня: общие домены и национальные географические домены. Правила выбора доменного имени. Регистрация доменного имени. Киберсквоттинг.

2. **Классификация интернет-сервисов.** Значение «всемирной паутины» для построения информационного общества. История возникновения всемирной паутины. Понятия гипертекста и гипермедиа. Базовые компоненты технологии WWW (HTML, HTTP, программы просмотра документов). Основные тенденции развития (дизайн, интерактивность, multimedia, безопасность). Современные составляющие технологии всемирной паутины (CGI, Java, ActiveX, JavaScript, VBScript, S-API). Языки WWW в развитии (SGML, HTML, XML). Концепция универсального адреса информационного ресурса. Электронная почта. Форумы. Сервисы on-line и off-line. IP-телефония. IP-телевидение. Чаты, видеоконференции. Понятие открытого кода. Технология wiki-wiki. Блоги. Твиттер. Социальные сети. Системы хранения документов, фотографий.видео, подкастов, интернет-ссылок. Системы управление документами. Средства календарного планирования и составления расписаний. Средства управления корпоративными знаниями. Мгновенная пересылка сообщений. Конференции в реальном времени.

3. **Системы управления контентом.**Проблемы возникающие при поддержании актуальности информации на сайте. Определение CMS. Краткое описание CMS. Динамический и статический сайты. Характеристика контента. Создание контента. Управление автоматизированными деловыми процессами. Распространение контента. Персонализация и глобализация контента. Критерии классификации систем управления контентом. Простая CMS. Шаблонная CMS. Профессиональная CMS. Универсальная CMS. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом. Требования к системам управления контентом. Вопросы, решаемые при выборе системы управления контентом.

4. **Введение в метрическую аналитику.** Понятие аудитории. Понятие Интернет-исследования и особенности их проведения. Краткая характеристика российского Интернета. Классификация систем Интернет-статистики. Стандарты WebAnalyticsAssociation. Анализаторы логов. Счетчики-рейтинги. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры). Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице.

Восьмой семестр

5. **Анализ посещаемости WEB-узла.**Понятие бизнес-аналитического решения. Анализ журнала посещаемости сайта. Заказные статистические исследования. Определение профиля сайта. Определение перечня сайтов, посещаемых вашей аудиторией. Определение целевой аудитории сайта. Типы посетителей сайтов. Модели поведения посетителей сайта. Пользователи Интернет магазинов.

6. **Методология сбора данных в интернете.** Идентификация пользователей. Трудности опознания. Вторичные данные. Идентификация пользователей в мобильной среде. Методы построения выборок для отчёта «Глобальная статистика». Метод обработки данных по трафику с поисковых машин, рейтингов и каталогов.

7. **Устройство и принцип работы поисковых систем.** Понятие поисковой системы. Принципы работы поисковых систем, которые нужно учитывать при продвижении сайта. Виды поисковых роботов. Порядок индексации сайтов. Порядок поисковой выдачи. Принципы алгоритмов выдачи поисковой системы Яндекс и Google. Выбор ключевых слов для продвижения сайта. Типы запросов по частотности. Типы запросов по степени конверсии. Понятие семантического ядра. Создание семантического ядра. Выбор ключевых страниц сайта. Распределение семантического ядра. Анализ сайтов конкурентов. Расчет сложности продвижения сайта. Выбор основной стратегии поискового продвижения сайта.

8. **Системы Интернет-статистики.** Понятие системы интернет-статистики. Российские системы интернет-статистики. HotLog. Rambler. SpyLog. Mail.ru.

5. Образовательные технологии

При преподавании данной дисциплины используется технология «смешанного обучения», что означает использование методов дистанционного обучения для организации самостоятельной работы студентов и практических работ. Для этого используются инструменты GoogleGroups, что позволит внедрить в педагогический процесс интерактивные инструменты такие как: написание совместных текстов, рецензирование работ однокурсников, обсуждение в форумах.

При проведении лекций используются такие формы, как «лекция – конференция», «лекция – круглый стол», «лекция – викторина». Для проведения лекций требуется наличие компьютера, подключенного к интернет, а также мультимедийного проектора.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 52% от общего количества часов, выделенных на освоение дисциплины.

Темы лабораторных работ

№ недели	Тема лабораторного занятия	Краткое содержание лабораторной работы
1.	**Седьмой семестр** Генезис сети интернет.	Знакомство с техникой безопасности и правилами поведения в компьютерном классе. Входное анкетирование для определения уровня знаний и умений. Регистрация на почтовом сервере http://gmail.com. Настройка электронной почты. Вступление в учебную группу GoogleGroups. Знакомство с правилами работы в учебной группе.
2.	Классификация интернет-сервисов.	Составление таблицы с описанием назначения интернет-сервисов, протоколов, используемых данным сервисом. Сохранение работы в GoogleDocs. Организация обсуждения проблемы развития коммуникационных сервисов. Знакомство с правилами работы с использованием технологии wiki-wiki.
3.	Системы управления контентом.	Составление эссе, описывающее преимущества и недостатки выбранной системы: Vignette. Documentum. MS CMS 2002. LotusQuickPlace. Zope. DynaSite. Communiware. NetCat. SSR. Сохранение работы в GoogleDocs.
4.	Введение в метрическую аналитику.	Описание одной из систем интернет-статистики: Счетчики-рейтинги. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры). Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. Нахождение примеров применения выбранной системы на реальном примере. Сохранение работы в GoogleDocs.
5.	**Восьмой семестр** Анализ посещаемости WEB-узла.	Выбор сайта для анализа. Определение целевой аудитории сайта. Составление модели поведения посетителя выбранного сайта. Составление эссе. Сохранение работы в GoogleDocs.
6.	Методология сбора	Обоснование к проекту сайта некоммерческой

	данных в интернете.	организации, включающее следующие разделы: - цели и задачи сайта; - контент-лист; - структура сайта; - программные средства реализации проекта; - план размещения сайта в сети.
7.	Устройство и принцип работы поисковых систем.	Определение характеристик выбранной поисковой системы: Google, Yandex, Rambler, Yahoo, Bing, AltaVista. Определение ключевых слов для продвижения выбранного сайта. Составление эссе. Сохранение работы в GoogleDocs.
8.	Системы интернет-статистики.	Выявление проблемных участков выбранного сайта при помощи статистики. Построение стратегии изменения сайта на основании данных статистики. Оценка структуры сайта и навигации на основе статистики. Особенности использования веб-статистики коммерческих сайтов. Составление эссе. Сохранение работы в GoogleDocs.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- эссе по теме: «веб-аналитика» (индивидуально для каждого обучающегося);
- подготовка к выполнению лабораторных работ и их защита.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**

ПК-2	способностью понимать, совершенствовать и применять современный математический аппарат

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин (модулей), практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

ПК-2 способностью понимать, совершенствовать и применять современный математический аппарат				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: • основные тенденции и направления развития интернет-технологий; • принципы адресации и методы взаимодействия в рамках сети Интернет; • в каких случаях эффективнее использовать тот или иной программный продукт для создания, настройки и сопровождения интернет-систем; • отличительные особенности динамических и статических сайтов; • понятие контента и его жизненного цикла;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: Основных принципов и функций веб-аналитики	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: Основных принципов и функций веб-аналитики. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: Основных принципов и функций веб-аналитики, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: Основных принципов и функций веб-аналитики, свободно оперирует приобре-тенными знаниями.

		знаниями при их переносе на новые ситуации.		
уметь: • использовать существующие пакеты программ для создания и эксплуатации систем, созданных на основе интернет-технологий; • определять слабые места в управлении интернет-ресурсом; • оценивать различные предложения по внедрению систем управления контентом и интернет-статистики, выбирать наиболее оптимальные из них; • определять функциональные требования web-службам;	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет использовать веб-аналитику	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: использовать веб-аналитику. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: использовать веб-аналитику Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: использовать веб-аналитику. Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
владеть: • средствами коллективной работы в сети Интернет; методами поиска и анализа профессиональной информации	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методами поиска и анализа профессиональной информации	Обучающийся владеет методами поиска и анализа профессиональной информации в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, Обучающийся испытывает значительные затруднения при	Обучающийся частично владеет методами поиска и анализа профессиональной информации, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет методами поиска и анализа профессиональной информации, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

		применении навыков в новых ситуациях.		

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет в седьмом семестре; экзамен – в восьмом семестре.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Методы и средства измерений, испытаний и контроля качества продукции» (указывается что именно – прошли промежуточный контроль, выполнили лабораторные работы, выступили с докладом и т.д.)

Шкала оценивания	**Описание**
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при

	оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Шкала оценивания	***Описание***
Отлично	*Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.*
Хорошо	*Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.*
Удовлетворительно	*Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.*
Неудовлетворительно	*Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.*

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе.

Приложение 1 к
рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Направление подготовки: 09.03.03 «Прикладная информатика»
Форма обучения: очная
Вид профессиональной деятельности: (В соответствии с ФГОС ВО)

Кафедра: Прикладная информатика

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ВЕБ – АНАЛИТИКА

Состав: 1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Описание оценочных средств:
Устный опрос собеседование, (УО)
Тест(Т)
Эссе

Москва, 2022 год

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Веб - аналитика					
ФГОС ВО 09.03.03 «Прикладная информатика»					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **Профессиональная компетенция**:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технология формирования компетенций**	**Форма оценочного средства****	**Степени уровней освоения компетенций**
ИН-ДЕКС	**ФОРМУЛИРОВ-КА**				

ПК-2	способностью понимать, совершенствовать и применять современный математический аппарат	**знать:** • основные тенденции и направления развития интернет-технологий; • принципы адресации и методы взаимодействия в рамках сети Интернет; • в каких случаях эффективнее использовать тот или иной программный продукт для создания, настройки и сопровождения интернет-систем; • отличительные особенности динамических и статических сайтов; • понятие контента и его жизненного цикла; **уметь:** • использовать существующие пакеты программ для создания и эксплуатации систем, созданных на основе интернет-технологий; • определять слабые места в управлении интернет-ресурсом; • оценивать различные предложения по внедрению систем управления контентом и интернет-статистики, выбирать наиболее оптимальные из них; • определять функциональные требования web-службам; **владеть:** • средствами коллективной работы в сети Интернет;	лекция, самостоятельная работа, лабораторные занятия	УО, ДИ, К, К/Р, Т, РТ	**Базовый уровень** - способен анализировать основные методы , приемы и программы веб-аналитики **Повышенный уровень** - способен анализировать результаты веб-аналитики для дальнейшей профессиональной днятельности

		владеть: • средствами коллективной работы в сети Интернет; методами поиска и анализа профессиональной информации в области социологии			

Приложение 2
к рабочей программе

Перечень оценочных средств по дисциплине Веб - аналитика

№ ОС	Наименование оценочногосредства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Тест (Т)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фондтестовыхзаданий
3	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающиеавторскую позицию по поставленнойпроблеме.	Тематикаэссе

Темы эссе

№	Раздел дисциплины	Вид работы	Примерные темы работы
1.	Генезис сети Интернет.	Написание эссе	1. Информационный кризис 70-х годов XX века. 2. Изобретение телефона. 3. Изобретение телеграфа. 4. Мэйнфрейм как прообраз локальной сети. 5. Появление термина «Интернет». 6. Что такое DNS и зачем она нужна? 7. Каким образом связаны атомная физика и интернет? 8. Google. Законодатель моды Сети. 9. Что такое гражданская журналистика? 10. IP-телефония – смерть проводных телефонов.
2.	Классификация интернет-сервисов.	Написание эссе	Описание одного из доменов верхнего уровня: .su, .me, .tv, .fm, .net, .kat, .eu, .рф. Схема описания: год введения, владелец,

			количество узлов, стоимость регистрации, правила регистрации, интересные сведения. Обсуждение следующих вопросов: 1. Каким Вы видите портал вашего учреждения (предприятия): сервисы, службы, технологии? 2. Выбор браузера для работы в интернете. 3. Мешают или помогают в работе учреждения сервисы on-line общения между сотрудниками? 4. Что такое сетевой этикет? 5. Что такое спам и как с ним бороться? 6. Каким образом организовать работу сотрудников учреждения в Сети?
3.	Системы управления контентом.	Написание эссе	Обзор мирового рынка систем управления контентом. Понятие информационных технологий управления содержанием (EnterpriseContentManagement).
4.	Введение в метрическую аналитику.	Написание эссе	Знакомство со стандартом WebAnalyticsAssociation. Анализ выбранного сайта с опорой на стандарты.
5.	Анализ посещаемости WEB-узла.	Написание эссе	Составление проекта сайта некоммерческой организации. Выбор и описание модели целевой аудитории сайта.
6.	Методология сбора данных в интернете.	Написание эссе Схема сайта.	Определение понятия Usability. Составление проекта сайта некоммерческой организации, опираясь на понятие Usability.
7.	Устройство и принцип работы поисковых систем.	Написание эссе Схема сайта	Создание семантического ядра для сайта своего проекта. Выбор ключевых страниц сайта. Распределение семантического ядра.
8.	Системы интернет-статистики.	Написание эссе Схема сайта	Подготовка собственного проекта к защите.

Контрольные вопросы к устному опросу по курсу

1. Когда появилась сеть ARPANET и ее назначение?
2. Кто создал протокол HTTP? Когда и где это произошло?
3. Что такое Всемирная паутина?
4. Перечислите основные сервисы сети Интернет.

5. Какая организация занимается стандартизацией технологий, используемых в Сети?
6. Какая организация занимается раздачей больших объемов IP-адресов?
7. Какая организация занимается регулированием адресного пространства Сети?
8. Когда заработал закон США о сохранении авторских прав в интернете и каким событием это ознаменовалось?
9. Что такое домен?
10. Сколько доменов верхнего уровня существует?
11. Для чего нужны базы данных DNS?
12. Сколько существует DNS-серверов верхнего уровня и где они находятся?
13. Может ли работать интернет без DNS системы?
14. Что такое кибersквоттинг?
15. Какие виды кибersквоттинга существует?
16. Какие виды кибersквоттинга наказуемы?
17. Что такое одноранговая локальная сеть?
18. Что такое браузер?
19. Какие браузеры вам известны?
20. Что такое HTML?
21. Что такое URL?
22. Расскажите о принципах работы электронной почты?
23. Когда появилась электронная почта и кто ее создатель?
24. Правила записи адреса электронной почты?
25. Назовите функции почтового сервера.
26. Назовите функции почтового клиента.
27. Какие почтовые клиенты вы знаете?
28. Назовите основные требования сетевого этикета.
29. Назовите сервисы on-line общения.
30. Что такое спам?
31. Какие методы защиты от спама вам известны?
32. Какие принципы лежат в основе технологии wiki-wiki?
33. Кто создал первый ресурс в технологии wiki-wiki и как он назывался?
34. Назначение блогов.
35. В чем отличие блогов от форумов?
36. Кто придумал термин web 2.0?
37. В чем суть технологий web 2.0?
38. Что такое гражданская журналистика?
39. Какие ресурсы предназначены для хранения интернет-ссылок?
40. Какие ресурсы предназначены для хранения видео?
41. Какие ресурсы предназначены для хранения фотографий?
42. Какие ресурсы предназначены для хранения презентаций?
43. Какие ресурсы предназначены для хранения документов различной природы?
44. Принципы работы социальных сетей.
45. Что такое смысловая релевантность?
46. Что такое формальная релевантность?
47. Назовите характеристики результатов отклика поисковой машины.
48. Что такое полнота отклика поисковой машины?
49. Что такое точность поиска поисковой машины?
50. Назовите виды информационно-поисковых систем.
51. Когда появился первый каталог, кто его создал и как он назывался?
52. Когда появился первый поисковый робот, кто его создал и как он назывался?
53. Принципы устройства поисковой машины.
54. Как работают мета-поисковые системы?
55. Какие виды мета-поисковых систем вы знаете?

56. Как учитывать особенности естественного языка при составлении запроса?
57. Что такое поисковый язык?
58. какие операторы поискового языка вы знаете?
59. Как скачать изображение из Сети?
60. Как скачать документ pdf из Сети?
61. Как скачать архив из Сети?
62. Как правильно описать ссылки на интернет-ресурс?
63. Что такое контент сайта?
64. Перечислите проблемы, возникающие приподдержание актуальности информации на сайте.
65. Дайте определение CMS.
66. Чем динамический сайт отличается от статического?
67. Перечислите характеристики контента.
68. Что понимается под персонализацией контента?
69. Что понимается под глобализацией контента?
70. Перечислите критерии классификации систем управления контентом.
71. Что такое простая CMS?
72. Чем шаблонная CMS отличается от простой?
73. Каковы характеристики профессиональной CMS?
74. Перечислите функциональные возможности универсальной системы управления контентом.
75. Каковы требования к системе управления контентом?
76. Что называют аудиторией сайта?
77. В чем особенности нетрнет-исследования?
78. Дайте краткую характеристику РуНету?
79. Для чего нужны стандарты веб-аналитики?
80. Что такое анализатор логов?
81. По каким принципам работает счетчик рейтингов?
82. По каким принципам работает система интернет-статитстики с детализацией по просмотру страниц?
83. По каким принципам работает система интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице?
84. Для чего нуден журнал посещаемости сайте?
85. Что такое профиль сайта?
86. Для чего нужен перечень сайтов, посещаемой целевой аудиторией вашего сайта?
87. Как определить целевую аудиторию сайта?
88. Перечислите типы посетителей сайта.
89. Как построить модель поведения посетителей сайта?
90. Для чего нужны ключевые слова сайта?
91. Перечислите виды запросов к поисковым системам?
92. Что понимается под семантическим ядром сайта?
93. Какие страницы сайта называются ключевыми?
94. В чем заключается стратегия продвижения сайта?
95. Перечислите российские системы интернет-статистики.

Вопросы для проведения аттестации по итогам освоения дисциплины (экзаменационные вопросы)

1. История создания сети Интернет.
2. Схема адресации сети Интернет.
3. Доменная система имен.
4. Всемирная паутина: история создания, основные протоколы, принципы работы.

5. Электронная почта: история создания, основные протоколы, принципы работы.
6. Сервисы Веб 2.0.: история создания, основные протоколы, принципы работы.
7. Системы управления контентом сайта. Классификация.
8. Понятие контента. Характеристики.
9. Краткая характеристика российского интернета.
10. Классификация систем интернет-статистики.
11. Принципы работы счетчиков-рейтингов.
12. Принципы работы систем интернет-аналитики с детализацией по просмотрам страниц.
13. Принципы работы систем интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице.
14. Журнал посещаемости сайта.
15. Профиль сайта.
16. Целевая аудитория сайта.
17. Идентификация пользователей сайта.
18. Методы построения выборок для отчета «Глобальная статистика» для сайта.
19. Метод обработки данных по трафику с поисковых машин.
20. Понятие поисковой системы.
21. Виды поисковых роботов.
22. Порядок индексации сайта.
23. Семантическое ядро сайта.
24. Ключевые слова сайта.
25. Российские системы интернет-статистики.

ТЕСТ – ДОПУСК к Л.Р. № 1

26. 1. На каких страницах сайта должен располагаться код отслеживания GoogleAnalytics?

27. 1.на всех страницах сайта
28. 2.на страницах сайта, с которых пользователи могут осуществить заказ товара или услуги
29. 3.на главной странице сайта
30. 4. на всех страницах сайта, для которых необходимо получать данные аналитики.

31. 2.Каким образом можно включить сбор аналитики GoogleAnalytics на сайте?

32. 1.ввести идентификатор отслеживания GoogleAnalytics в соответствующее поле специального плагина
33. 2.добавить фрагмент разметки HTML для отслеживания на каждую страницу сайта
34. 3.добавить фрагмент кода JavaScript для отслеживания на каждую страницу сайта.

35. 3. Какие сайты предназначены для получения потенциальных клиентов, работой с которыми затем занимается команда продавцов?

36. 1. сайты электронной коммерции
37. 2.сайты лидогенерации
38. 3.сайты для брендинга
39. 4. информационные сайты.

40. 4. Какие данные могут быть выбраны в качестве цели GoogleAnalytics?

41. 1. добавление новых страниц на сайт
42. 2.отправка контактной информации
43. 3.осуществление покупки на сайте

44. 5. С какой целью выполняется исключение внутреннего трафика из отчетов GoogleAnalytics?

45. 1. внутренний трафик не искажает результаты отчетов GoogleAnalytics, поэтому его не нужно исключать
46. 2.исключить из отчетов данные о внутренних пользователях

47. 3.ограничить доступ внутреннего трафика к сайту

48. 6. Визиты каких пользователей формируют внутренний трафик в отчетах GoogleAnalytics?

49. 1. пользователей, которые занимаются разработкой сайта
50. 2.пользователей, которые являются клиентами компании
51. 3.пользователей, которые являются сотрудниками компании

52. 7. Как называется набор виджетов для одновременного отслеживания нескольких показателей в GoogleAnalytics?

53. 1. сводка
54. 2. цель
55. 3. отчет.

56. 8. Какие данные могут отображаться в виджетах сводок GoogleAnalytics?

57. 1. диаграммы
58. 2. таблицы
59. 3. формулы
60. 4. числа.

61. 9. Каким будет источник трафика в том случае, если перешел на сайт по запросу из Google?

62. 1. название поисковой системы
63. 2. direct
64. 3. название рассылки
65. 4. адрес исходного сайта

66. 10. Чему соответствует источник трафика GoogleAnalytics?

67. 1. посетителю сайта
68. 2. переходу на сайт
69. 3. поисковому запросу

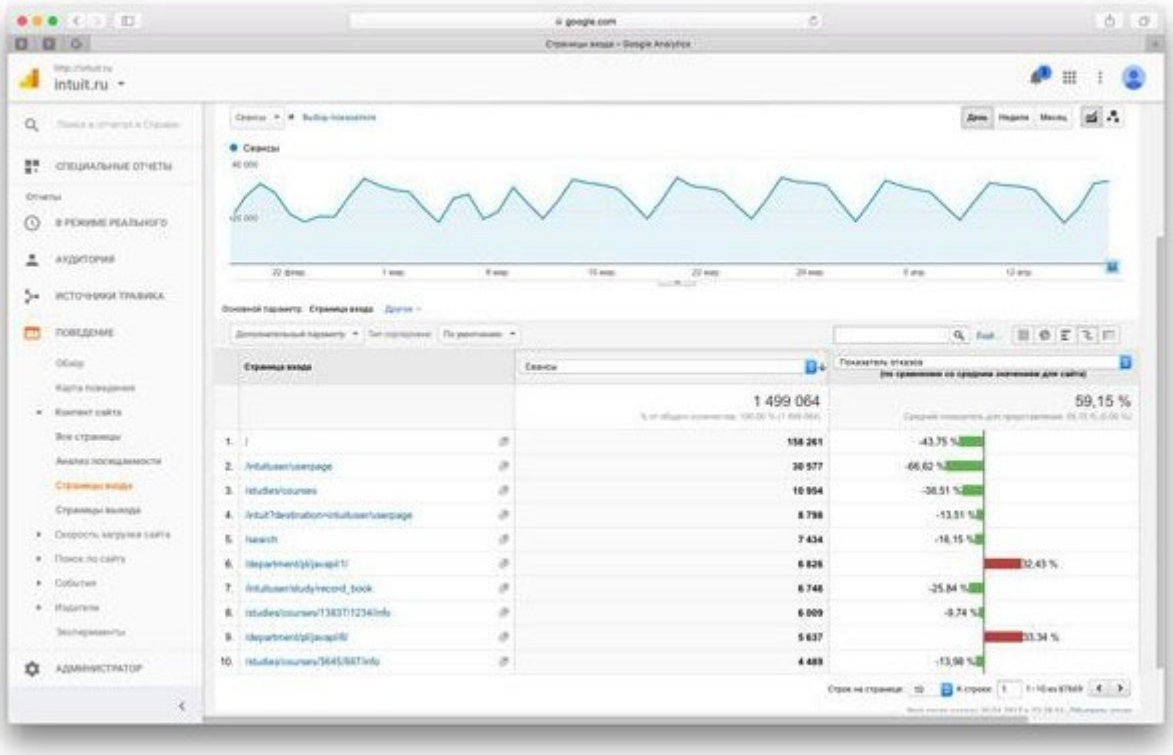
70. 11.Что не является каналом трафика?

71. 1. direct
72. 2. google
73. 3. referral
74. 4. organic

ТЕСТ – ДОПУСК к Л.Р. № 2

1.Как называется страница, с которой посетитель начинает взаимодействие с сайтом?
1. главная страница сайта
2.страница оформления заказа
3.страница входа

2.Для какой страницы входа показатель отказов наилучший?

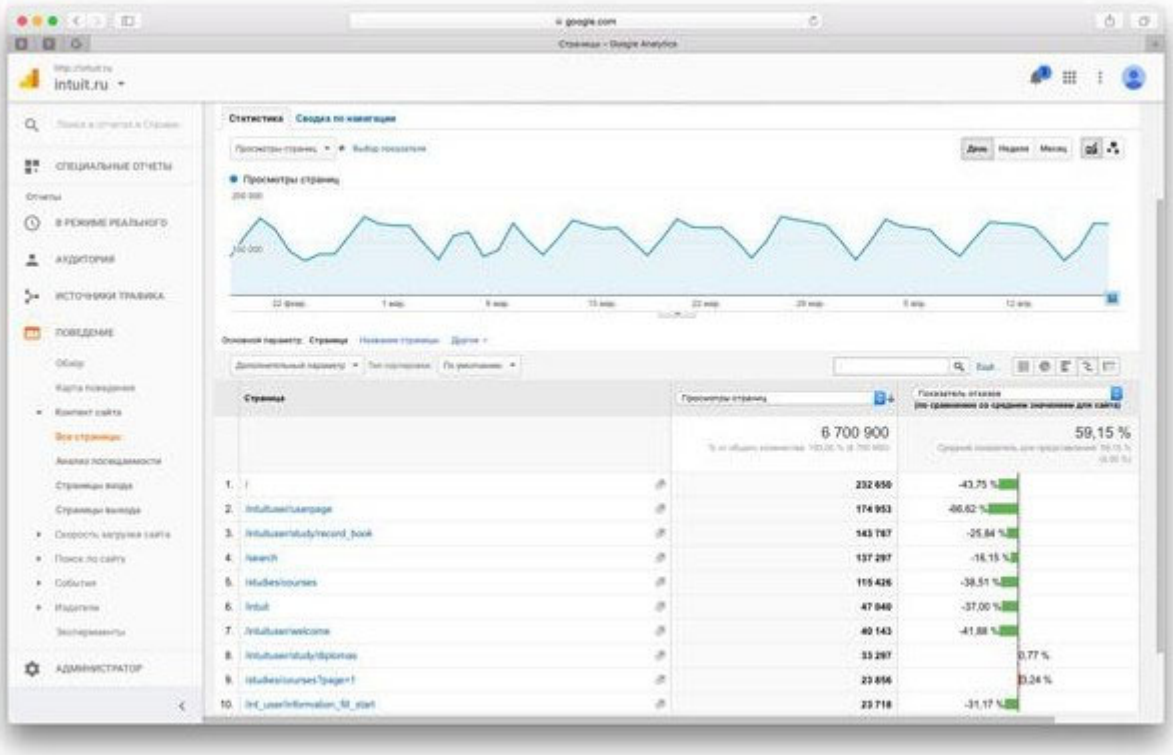


1. /department/pl/java/pl/6
2. показатель отказов одинаковый для всех страниц входа и составляет 59,15%
3. /intituser/userpage

3. Каким образом определяется средняя длительность пребывания на сайте?

1. делением суммарной длительности пребывания пользователей на сайте на количество сеансов
2. суммарной длительностью пребывания пользователей на сайте
3. суммарным количеством сеансов

4. Какие утверждения являются верными для приведенного отчета?



1. наименее интересной для посетителей является страница /intuituser/userpage
2. наиболее интересной для посетителей является страница / studies/courses?page=1
3. наименее интересной для посетителей является страница / studies/courses?page=1
4. наиболее интересной для посетителей является страница /intuituser/userpage

5. Как называется величина, определяющая процент просмотров определенной страницы, которые оказались последними в сеансе?

1. конверсия
2. показатель выходов
3. показатель отказов

6. Какие страницы выхода необходимо оптимизировать?

1. с низким показателем отказов
2. с высоким показателем выходов
3. с высоким коэффициентом конверсии

7. Какие результаты можно ожидать для сайта электронной торговли, не осуществляющего доставку товаров в Индию?

1. большое количество посетителей
2. низкий показатель конверсии
3. высокий показатель конверсии

8. Какую информацию можно получить с помощью отчетов по странам?

1. какой отклик у аудитории вызывают версии объявлений на разных языках
2. какой трафик вы получаете от пользователей, не входящих в эти целевые группы
3. из каких регионов приходят пользователи с наибольшей конверсией,
4. которые чаще выполняют целевые действия: регистрируются на сайте, записываются на обучение, совершают покупки и т.п.

9.Какие данные о посетителях сайта позволяет узнать демографический отчет в GoogleAnalytics?

1. возраст,
2. половую принадлежность
3. категории интересов посетителей (сайты какой тематики они посещают и какие покупки делают в Интернете).

10.Для каких целей можно использовать информацию, полученную с помощью демографических отчетов?

1. Для формирования наиболее полного "портрета" посетителей
2. Чтобы получить представление именно о клиентах
3. при планировании онлайн-рекламы
4. позволяет определить группы пользователей с высоким коэффициентом конверсии, приносящие наибольший доход.

Тест допуск к Л.Р. №3

1.Чтобы получить сводный отчет о мобильном трафике

А. В боковой панели нужно открыть раздел Audience/Аудитория, перейти в пункт Mobile/Мобильные устройства и выбрать Overview/Обзор

Б. В боковой панели нужно открыть разделMobile/Мобильные устройства, перейти в пункт Audience/Аудитория и выбрать Overview/Обзор

В. В боковой панели нужно выбрать Overview/Обзор, открыть разделMobile/Мобильные устройства, перейти в пункт Audience/Аудитория

2. В отчете мы видим три типа устройств. Расставьте соответствия:

А. desktop

Б. mobile

В. tablet

1. мобильные устройства
2. планшетные компьютеры
3.настольные ПК

3. Если в примере показатели отказов имеют высокие значения для различных типов устройств. Это означает

А. скорее всего, это связано с тем, что сайт не адаптирован под мобильные устройства.

Б. при планировании онлайн-рекламы в Facebook, GoogleAdWords и проч. надо использовать эти устройства

В. при настройке таргетинга целесообразно будет сконцентрироваться на пользователях этих устройств.

4. Особого внимания в отчете заслуживают устройства с наименьшим коэффициентом конверсии, что может свидетельствовать

А. о получении представления именно, о клиентах

Б.о наличии проблем в работе сайта на таких устройствах

В. Что нужно вкладывать усилия в дополнительную разработку и исправление ошибки работы с этими устройствами.

5. О чем свидетельствует наличие в отчете о технологиях устройств с высоким показателем отказов или низкой конверсией?

А. об отсутствии технических ошибок на сайте

Б. о наличии технических ошибок на сайте

В. о низком уровне владения определенными технологиями среди посетителей сайта

6. Какие показатели позволяют сделать вывод о том, что сайт адаптирован под мобильные устройства?

А. низкий показатель отказов

Б. высокий трафик с мобильных устройств

В. низкий трафик с мобильных устройств

Г. высокий показатель отказов.

7. Какие данные являются признаком некорректной работы некоторых функций сайта в определенном браузере?

А. низкий показатель отказов и/или высокий коэффициент конверсии цели

Б. высокий показатель отказов и/или низкий коэффициент конверсии цели

В. низкий показатель отказов
Г. высокий коэффициент конверсии цели.

8. Какие показатели могут свидетельствовать об отсутствии на сайте технических ошибок, препятствующих нормальному доступу пользователей к нужному контенту?

А. высокий показатель отказов
Б. низкая конверсия
В. высокая конверсия
Г. низкий показатель отказов.

9. Какие показатели могут свидетельствовать о том, что сайт не адаптирован под мобильные устройства?

А. высокий показатель отказов
Б. низкий показатель отказов
В. высокий трафик с мобильных устройств
Г. низкий трафик с мобильных устройств.

10. Какие показатели позволяют сделать вывод о том, что фунцкии сайта в конкретном браузере работают корректно?

А. высокий показатель отказов
Б. низкий коэффициент конверсии цели
В. высокий коэффициент конверсии цели
Г. низкий показатель отказов.

11. Для спам-трафика характерны

А.100%-ый показатель отказов
Б. нулевое значение среднего времени визита в отчете «**Весь трафик»**
В. низкий коэффициент конверсии цели

12. Показатель отказов – это

А. это процент посетителей, непокинувших сайт после просмотра всех страниц
Б. это процент посетителей, покинувших сайт после просмотра только одной страницы
В. это процент посетителей, непокинувших сайт после просмотра только одной страницы

13. Метки кампаний позволяют

А. проанализировать, какие источники и каналы являются наиболее эффективными
Б. использовать какие-либо сервисы для Email-маркетинга
В. маркетологам более точно определять эффективность маркетинговых кампаний

14. С помощью оповещений можно

А. выполнять постоянный мониторинг состояния сайта
Б. постоянно не просматривать все отчеты GoogleAnalytics
В. быстро реагировать на изменения.

15. Аннотации позволяют

А. выполнять документирование аналитики
Б. существенно экономить время и силы
В. фиксировать все действия, связанные с интернет - маркетингом или изменениями в дизайне сайта
Г. легко восстановить события и проанализировать полученные результаты.

16. Ярлыки позволяют

А. запомнить настройки, чтобы не указывать их при каждом обращении к отчету
Б. использовать какие-либо сервисы для Email-маркетинга
В. быстро реагировать на изменения.

17. Адаптировав сайт для мобильных устройств, можно

А. уменьшитьпоказатель отказов для посетителей с мобильных устройств
Б. увеличить конверсию, совершаемую этими пользователями
В. улучшить SEO-показатели
Г. нет правильных ответов.

ИТОГОВЫЙ ТЕСТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ВЕБ - АНАЛИТИКА

1. Эффективная веб - аналитика- это

А) инструмент выявления проблем веб - сайта;

Б) решение конкретных бизнес - задач;

В) перечень мер, которые необходимо реализовать для повышения показателей эффективности сайта;

Г) использования поисковой оптимизации и Интернет - рекламы.

2.Благодаря результатам анализа статистики сайта можно

А) увеличить прибыль,

Б) выбрать правильное направление развития,

В) найти новые источники клиентов,

Г) ничего нельзя сделать.

3. Заниматься исследованием поведения аудитории имеет смысл только тогда,

А) когда вы хотели бы, чтобы она вела себя определенным образом,

Б) когда вы имеете цели,

В) когда вы хотите создать свой сайт,

Г) Все ответы правильные.

4. Веб - аналитика решает ряд текущих задач и помогает поддерживать в актуальном режиме ключевые бизнес-процессы:

А) Развитие функционала сайта, на основании тенденций в поведении посетителей.

Б) Оценка эффективности рекламных кампаний любого типа.

В) Выявление проблемных мест в навигации сайта.

5.Задача веб - аналитики заключается

А) Быть опытным маркетологом.)

Б)«Расширения» воронки — повышение процента конвертации пользователей в клиенте

В) в создании веб- проекта,

Г) уменьшения стоимости привлечения посетителя в воронку и повышения его релевантности.

6.Чтобы бизнес онлайн – продавца был успешен

А) Конвертация пользователей в клиентов (продажа),

Б) Удержание пользователей (повторные продажи),

В) разработка нового сайта,

Г) нет правильного ответа.

7. Ку́ки (от англ. cookie — печенье) – это

А) Вирусы

Б) Шпионские программы

В) это простые текстовые данные, набор символов, передаваемый при запросах к веб-сайту

Г) Все ответы правильные.

8. Сервер может идентифицировать следующие основные данные о пользователе:

А) Локальные сети.

Б) IP-адрес, который используется для определения региона, из которого пользователь выходит в интернет;

В) Адрес страницы, к которой обратился пользователь;

Г) Точное время запроса;

Д) Идентификатор браузера пользователя, который позволяет определить, какие браузеры популярны среди пользователей, а также отличить запрос от поискового робота.

9. GoogleAnalyticscспособен учитывать прибыль с каждой транзакции. Для этого нужно включить в Analytics раздел

А) Включить демографические отчеты и отчеты по категориям интересов,

Б)Admin/Администратор

В) Filters/Фильтры в колонке Views/Представления

Г) «Электронная торговля» и заставить ваш сайт передавать в код скрипта данные о прибыли.

10. Метрика - учет запросов к внутренней поисковой системе –

А) Хороший источник информации о том, чего не хватает пользователям
Б) В каких местах сайта затруднена навигация
В) Как откорректировать результаты поиска вручную
Г) Все ответы правильные.

11. Расставьте соответствия. Веб-аналитик – это

А) «Начинающий пользователь».
Б) «Продвинутый пользователь».
В) «Профессионал».
Г) «Грамотный юрист».

1. Оптимизация бизнеса и принятие решений с помощью данных аналитики. Проведение тестирования, подсчет ROI для каждого источника трафика, е - мерчендайзинг. Умение просчитать достоверность выборки данных.
2. Знание законов. Умение составлять договора и деловые бумаги.
3. Понимание основных цифр, отличие «уников» от «просмотров страниц», знание понятия «реферрер».
4. Умение выделять проблемные страницы и переходы на сайте, «качественные» и «некачественные» источники трафика.

12. Конверсия происходит в том случае, когда пользователь:

А) Совершил покупку на сайте или разместил свой заказ;
Б) Нашел номер телефона службы заказа или отдела по работе с клиентами и позвонил;
В) Нашел e-mail отдела продаж и отправил запрос;
Г) Заполнил форму запроса и нажал кнопку «Отправить»
Д) Использует денежную форму.

13. Высокий трафик сопровождается низкими показателями продаж, если

А) Заметная кнопка «Купить»
Б) Положительные отзывы
В) Появление недействительных (или фиктивных) кликов
Г) Изменение состояния рынка
Д) Некорректно работающий интернет-ресурс.

14. Увеличить конверсию можно

А) Неработающая форма заказа
Б) Сделав, заметную кнопка «Купить»
В) Продавая, устаревшие продукты
Г) Сделав, удобная система навигации сайта

15. Сайт должен отвечать на следующие вопросы

А) Чему посвящен сайт?
Б) Сколько стоят услуги (товар)?
В)Нет правильных ответов?
Г) Не важно,сколько лет фирма существует на рынке?
Д) Не важно,кто клиенты?
Е) В чем уникальность представленного предложения?
Ж) Как оформить бланк заказа?
З) Как проехать к офису и связаться с менеджерами? Как получить заказ?

16. Главная проблема при анализе данных интернет - статистики

А) Принять решения о коррекции рекламной кампании,
Б) Ассортимент товаров на сайте,
В) Некорректное определение причинно-следственных связей
Г) Внешний вид страниц сайта.

17. Аналитическая работа в целом состоит из трех этапов:

А) Получить данные,
Б) Сделать выводы о том, почему данные выглядят именно так,
В) Предложить изменения, которые улучшили бы ситуацию,

Г) Все ответы правильные.

18. Сегментация - это

А) разделяют всех пользователей на группы исходя из определенных критериев и рассматривают поведение не всех пользователей, а каждой из этих групп в отдельности,

Б) Строят предположения и проверяют их: выискивают вероятные объяснения для сложившейся ситуации и пытаются повлиять на ситуацию исходя из этих предположений, наблюдая за результатом,

В) Строят предположения и не проверяют их, наблюдают за результатом,

Г) Нет правильных ответов.

19. Сегментация возможна по следующим параметрам:

А) По адресам сайтов, с которых пришел пользователь,

Б) В поисковике — по запросу,

В) По объявлениям и рекламным площадкам,

Г) По первой увиденной пользователем странице,

Д) По техническим возможностям компьютера и интернет - соединения пользователя,

Е) По тому, приходил ли пользователь на ваш сайт ранее,

Ж) По действиям пользователя на сайте.

20. Три основных вида систем статистики:

А) Активная,

Б) Посредственная,

В) Пассивная,

Г) Удовлетворительная.

21. Добавление на страницу, показываемую пользователем, дополнительного кода, который осуществляет запрос к системе статистики, это –

А) Счетчик,

Б) Метрика,

В) Второй тип систем сбора статистики,

Г) нет правильного ответа.

22. Уникальные пользователи – это

А)Проводящие на сайте большое количество времени

Б) Совершившие покупки на сайте

В) Неповторяющиеся (учитываемые только один раз) посетители сайта за определенный период времени.

Г) Нет правильных ответов.

23. Уникальный посетитель определяется с помощью

А) Счетчиков

Б) Файлов cookies

В) Лог – анализаторов

Г) Все ответы правильные.

24. Абсолютно уникальный посетитель – это пользователь,

А) Который посетит сайт повторно в течение этого же месяца

Б) Который посетит сайт в течение одного и того же месяца не менее 3-х раз

В) Который посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

Г) Который не посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

25. Вернувшиеся посетители – это

А) Который посетит сайт повторно в течение этого же месяца

Б) Который посетит сайт в течение одного и того же месяца не менее 3-х раз

В) Который посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

Г) Который не посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

26. Сессия – это

А) Длительное время перехода с одной страницы сайта на другие

Б) Пользователь, формально оставаясь на странице сайта, занимается просмотром почты

В) Процесс последовательного просмотра страниц сайта пользователем в течение одного визита (ограниченного интервала времени)
Г) Нет правильных ответов.

27. Показатель длительности сессии – это

А) Возможность оценить конверсию сайта
Б) Возможность оценить качество сайта: насколько ресурс приятен для пользователя, заинтересовал ли его предложенный контент
В) Возможность определить трафик сайта
Г) Нет правильных ответов
Д) Все ответы правильные.

28. Таргетинг (англ. target – цель) – это

А) рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (в данном случае, география проживания), и показать рекламу/любую другую информацию именно ей
Б) Это "цель". Так что "таргетирование" - это такая методика проведения рекламы, когда она специально подбирается и направляется так, чтобы достичь максимального эффекта
В) каждому пользователю присылается в основном та реклама, которая может его заинтересовать
Г) Нет правильных ответов.

29. Отказы (bouncerate) или показатель отказов – это

А) рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям
Б) Самый полезный показатель с точки зрения маркетинга и принятия стратегически важных решений
В) Количество посетителей (в процентах от общего числа), которые посетили только одну страницу на сайте.
Г) Пользователи, которые покидают сайт с той же страницы, с которой они вошли на сайт, без просмотра каких-либо иных страниц сайта.
Д) Это критерий является хорошим индикатором того, насколько интересно содержание сайта и насколько продумана его навигация, и использоваться как показатель качества контента сайта.

30. Среднее число страниц, открываемых пользователем в пределах одного визита – это

А) Метрика,
Б) Счетчик,
В) Анализатор,
Г) Все ответы правильные.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1.Интернет-аналитика : поиск и оценка информации в web-ресурсах: практическое пособие Щербаков А. Книжный мир 2012 г. 78 страниц , http://www.knigafund.ru/books/182553

б) дополнительная литература:

1. Е. Д. Вязилов. Архитектура, методы и средства Интернет-технологий - М.: КРАСАНД, 2016. http://citforum.ru/internet/search/index.shtml

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Разработка сайтов. Динамические сайты. http://citforum.ru/internet/cgi/index.shtml
2. Введение в HTML. Авторы: П.Б. Храмцов, С.А. Брик, А.М. Русак, А.И. Сурин. http://www.intuit.ru/department/internet/htmlintro/
3.Сайт Интернет-аналитики https://www.openstat.ru/.
4. Сайт Интернет-аналитики http://metrika.yandex.ru/.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Для проведения лекционных занятий требуется один компьютер с подключением к интернету и мультимедийным проектором.

Для проведения лабораторных работ требуется компьютерный класс (1 студент – 1 компьютер) с подключением к интернет. Особых требований к программному обеспечению нет.

Приложение

Структура и содержание дисциплины «Веб-аналитика» по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика» (бакалавр)

n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	УО.	Т	Эссе	Реферат	К/р	Э	З
	Седьмой семестр														
1.1	**ВведениеГенезис сети Интернет.** История создания Сети. Развитие электрических и электронных средств связи. ARPANET. Всемирная паутина. Развитие интернет в XXI веке. Организационная структура Интренета. Схема адресации в сети Интернет. MAC-адреса. Числовые IP-адреса.	**7**	1	**1**			**2**								
1.2	*Вводное занятие по лабораторному практикуму*	7	1			2	2								
1.3	Диагностические утилиты. Понятие домена. Базы данных DNS. Домены верхнего уровня: общие домены и национальные географические домены. Правила выбора доменного имени. Регистрация доменного имени.	**7**	**2**	**1**			**2**								

	Киберсквоттинг..														
1.4	*Лабораторная работа Генезис сети интернет*	7	2			2	2			+					
1.5	**Классификация интернет-сервисов.** Значение «всемирной паутины» для построения информационного общества. История возникновения всемирной паутины. Понятия гипертекста и гипермедиа. Базовые компоненты технологии WWW (HTML, HTTP, программы просмотра документов). Основные тенденции развития (дизайн, интерактивность, multimedia, безопасность). Современные составляющие технологии всемирной паутины (CGI, Java, ActiveX, JavaScript, VBScript, S-API). Языки WWW в развитии (SGML, HTML, XML)..	**7**	**3**	**1**			**2**				+				
1.6	*Лабораторная работа. Генезис сети интернет*	7	3			2	2			+					
1.7	Концепция универсального адреса информационного ресурса. Электронная почта. Форумы. Сервисы on-line и off-line. IP-телефония. IP-телевидение. Чаты, видеоконференции. Понятие открытого кода. Технология wiki-wiki. Блоги. Твиттер. Социальные сети. Системы хранения документов, фотографий.видео,	**7**	**4**	**1**			3					+			

	подкастов, интернет-ссылок. Системы управление документами. Средства календарного планирования и составления расписаний. Средства управления корпоративными знаниями. Мгновенная пересылка сообщений. Конференции в реальном времени. **Выдача задания на реферат**														
1.8	*Лабораторная работа Классификация интернет-сервисов*	7	4			2	3			+					
1.9	**Системы управления контентом.**Проблемы возникающие при поддержании актуальности информации на сайте. Определение CMS. Краткое описание CMS. Динамический и статический сайты. Характеристика контента. Создание контента. Управление автоматизированными деловыми процессами. Распространение контента. Персонализация и глобализация контента.	**7**	**5**	**1**			3				+				
1.10	*Лабораторная работа Классификация интернет-сервисов*	7	5			2	3			+					
1.11	Критерии классификации систем управления контентом. Простая CMS. Шаблонная CMS. Профессиональная CMS.	**7**	**6**	**1**			**3**				+				

	Универсальная CMS. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом. Требования к системам управления контентом. Вопросы, решаемые при выборе системы управления контентом.														
1.12	*Лабораторная работа Системы управления контентом.*	7	6		3		3								
1.13	**Введение в метрическую аналитику.** Понятие аудитории. Понятие Интернет-исследования и особенности их проведения. Краткая характеристика российского Интернета. Классификация систем Интернет-статистики. Стандарты WebAnalyticsAssociation.	**7**	**7**	**1**			3			+					
1.14	*Лабораторная работа Системы управления контентом.*	7	7			2	3								
1.15	1. Анализаторы логов. Счетчики-рейтинги. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры). Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице.	**7**	**8**	**1**			**3**				+				
1.16	*Лабораторная работа Введение в метрическую аналитику*.	7	8			2	3			+		+			

1.17	**Анализ посещаемости WEB-узла.**Понятие бизнес-аналитического решения. Анализ журнала посещаемости сайта. Заказные статистические исследования. Определение профиля сайта. Определение перечня сайтов, посещаемых вашей аудиторией.	**7**	**9**	**1**			**3**								
	Восьмой семестр														
1.18	*Лабораторная работа Введение в метрическую аналитику*.	7	9			2	3			+					
1.19	Определение целевой аудитории сайта. Типы посетителей сайтов. Модели поведения посетителей сайта. Пользователи Интернет магазинов.	7	**10**	1			3							**Э**	
1.20	*Лабораторная работа Анализ посещаемости WEB-узла*.	7	**10**			2	3								
1.21	Методология сбора данных в интернете. Идентификация пользователей. Трудности опознания. Вторичные данные. Идентификация пользователей в мобильной среде.	**7**	**11**	**1**			**3**								
1.22	*Лабораторная работа Анализ*	**7**	11			**4**	**3**								

	посещаемости WEB-узла														
1.23	1. Методы построения выборок для отчёта «Глобальная статистика». Метод обработки данных по трафику с поисковых машин, рейтингов и каталогов.	7	12	1			3								
1.24	*Лабораторная работа Методология сбора данных в интернете*	**7**	**12**			**4**	**3**								
1.25	Устройство и принцип работы поисковых систем.Понятие поисковой системы. Принципы работы поисковых систем, которые нужно учитывать при продвижении сайта. Виды поисковых роботов. Порядок индексации сайтов. Порядок поисковой выдачи.	7	14	1			3								
1.26	*Лабораторная работа* Методология сбора данных в интернете.	**7**	**13**			**4**	**3**								
1.27	Принципы алгоритмов выдачи поисковой системы Яндекс и Google. Выбор ключевых слов для продвижения сайта. Типы запросов по частотности. Типы запросов по степени конверсии. Понятие семантического ядра. Создание семантического ядра.	7	13	1			3								
1.28	*Лабораторная работа Устройство и принцип работы*	**7**	**14**			**4**	**3**					+			

	поисковых систем														
1.29	Выбор ключевых страниц сайта. Распределение семантического ядра. Анализ сайтов конкурентов. Расчет сложности продвижения сайта. Выбор основной стратегии поискового продвижения сайта.	7	14	1			3					+			
1.30	*Лабораторная работа Системы интернет-статистики.*	**7**	**14**			**4**	**3**					+			
1.31	Системы Интернет-статистики**.** Понятие системы интернет-статистики. Сдача реферата	7	15	1			3			+		+			
1.32	*Лабораторная работа Определение характеристик выбранной поисковой системы: Google, Yandex, Rambler, Yahoo, Bing, AltaVista.*	**7**	**15**			**4**	3			+					
1.33	Российские системы интернет-статистики. HotLog. Rambler. SpyLog. Mail.ru.	7	16	1			3			+					
1.34	*Лабораторная работа Определение метрик вяндекс-метрика*	**7**	**16**			**4**	**3**			+					
1.35	*Итоговая лекция. Защита рефератов*	7	17	1			3			+					
1.36	*Лабораторная работа. Определение метрик в GOOL Analitic*	**7**	**17**			**4**	**3**			+					
1.37	*Итоговая лекция. Защита рефератов*	7	18	1			3			+					
1.38	*Итоговая Лабораторная работа*	**7**	**18**			**4**	**3**			+					

	Форма аттестации	7,8	21-24											**Э**	**З**
	Всего часов по дисциплине во втором семестре			18		54	108			+					