Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 17.09.2025 10:41:10
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«27» февраля 2025

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## «Медиааналитика в цифровой среде»

Направление подготовки
**42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль подготовки **«Технологии анализа медиасферы»**

Квалификация (степень) выпускника
**Магистр**

Форма обучения
**Заочная**

Москва 2025 г.

**Разработчик(и):**

Доцент, канд. филол. наук  /С.Н. Миронов/

**Согласовано:**
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

# Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 4
3. Структура и содержание дисциплины ... 5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость ... 5
3.2. Тематический план изучения дисциплины ... 6
3.3. Содержание дисциплины ... 6
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 7
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 7
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 7
4.1. Нормативные документы и ГОСТы ... 8
4.2. Основная литература ... 8
4.3. Дополнительная литература ... 8
4.4. Электронные образовательные ресурсы ... 8
4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 8
4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 8
5. Материально-техническое обеспечение ... 9
6. Методические рекомендации ... 9
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 9
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 10
7. Фонд оценочных средств ... 11
7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения ... 11
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения ... 12
7.3. Оценочные средства ... 13

## 1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Основной целью освоения дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде» является приобретение обучающимися знаний и навыков проведения анализа в цифровой среде с помощью систем аналитики.

К основным задачам освоения дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде» следует отнести:

- изучение основных понятий и подходов проведения анализа в цифровой среде;
- приобретение навыков установки и настройки систем аналитики;
- знакомство с интерфейсом и основными отчётами систем аналитики;
- приобретение умений построения выводов из результатов анализа отчётов систем аналитики по конкретному интернет-проекту.

Обучение по дисциплине «Медиааналитика в цифровой среде» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| Код и наименование компетенций | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|
| УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, осуществляет её декомпозицию и определяет связи между ее составляющими<br>ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников<br>ИУК-1.3. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом оценки существующих рисков и возможностей их минимизации |
| ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы | ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью<br>ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью<br>ИПК-3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Медиааналитика в цифровой среде» относится к Элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Технологии рекламы и связей с общественностью;
- Медиастратегии и медиапланирование в маркетинговых и социальных коммуникациях.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Медиаисследования и медиаизмерения в маркетинговых и социальных коммуникациях.

## 3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

### 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Заочная форма обучения

| № п/п | Вид учебной работы | Количество часов | Семестры | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | 4 |
| **1** | **Аудиторные занятия** | **16** | | 16 |
| | В том числе: | | | |
| 1.1 | Лекции | 2 | | 2 |
| 1.2 | Семинарские/практические занятия | 14 | | 14 |
| 1.3 | Лабораторные занятия | | | |
| **2** | **Самостоятельная работа** | **200** | | 200 |
| | В том числе: | | | |
| 2.1 | Курсовая работа | | | |
| 2.2 | Подготовка к семинарским/практическим занятиям | 160 | | 160 |
| 2.3 | Подготовка рефератов | | | |
| 2.4 | Подготовка к тестированию | 40 | | 40 |
| **3** | **Промежуточная аттестация** | | | |
| | Экзамен | | | |
| | **Итого** | **216** | | 216 |

## 3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.2. Заочная форма обучения

| № п/п | Разделы/темы дисциплины | Трудоемкость, час | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | | Самостоятельная работа |
| | | | Лекции | Семинарские/ практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | |
| 1 | Введение в веб-аналитику | 24 | 1 | 1 | | | 24 |
| 2 | Определение ключевых метрик для веб-анализа | 24 | 1 | 1 | | | 22 |
| 3 | Анализ показателей сайта | 24 | | 2 | | | 22 |
| 4 | Рейтинг компании в интернете | 24 | | 2 | | | 22 |
| 5 | Основы работы с системами аналитики | 24 | | 2 | | | 22 |
| 6 | Коды счётчиков аналитики: создание и установка | 24 | | 1 | | | 22 |
| 7 | Интерфейсы систем аналитики | 24 | | 2 | | | 22 |
| 8 | Характеристики аудитории в системах аналитики | 24 | | 2 | | | 22 |
| 9 | Цели и события в системах аналитики | 24 | | 2 | | | 22 |
| **Итого** | | **216** | **2** | **14** | | | **200** |

## 3.3 Содержание дисциплины

**1. Введение в веб-аналитику**

Цели веб-анализа. Основные понятия веб-аналитики. Иерархия целей компании. Взаимосвязь целей компании с целями веб-анализа.

**2. Определение ключевых метрик для веб-анализа**

Воронка продаж. Интернет-ресурсы компании. Цели и задачи интернет-ресурсов компании в социальных медиа. Целевая аудитория компании и её интернет-ресурсов. Измерение эффективности интернет-ресурсов компании.

**3. Анализ показателей сайта**

Виды сайтов. Цели и задачи сайта компании, его разделов и страниц. Домены и поддомены. Индексирование страниц сайта в поисковых системах. Структура сайта: задачи разделов и страниц. Эффективность поисковой оптимизации.

**4. Рейтинг компании в интернете**

Яндекс Справочник (Яндекс Бизнес). Компания в геосервисах: основные показатели. Отзывы о компании и её продукции в интернете.

**5. Основы работы с системами аналитики**

Инструменты отслеживания статистики интернет-ресурсов. Логи сервера и статистика. Коды cookie. Client ID. Зачем бизнесу Яндекс Метрики. Базовые понятия: пользователь, просмотр, визит, сеанс.

**6. Коды счётчиков аналитики: создание и установка**

Создание кода счётчика Яндекс Метрика. Настройки кода счётчика Яндекс Метрика. Установка кода счётчика Яндекс Метрика. Системы управления сайтом (CMS).

**7. Интерфейсы систем аналитики**

Сводки, отчеты, фильтры в Яндекс Метрике. Детализация. Отчёты посещаемости. Каналы трафика. Источник и страница перехода. Оценка качества трафика.

**8. Характеристики аудитории в системах аналитики**

Демография. География. Активность. Интересы пользователей. Технологии и устройства. Отслеживание поведения пользователей на сайте. Страницы входа. Популярные страницы. Перемещение по сайту. Вебвизор. Карта кликов. Карта ссылок.

**9. Цели и события в системах аналитики**

Типы целей. Выбор целевой страницы. Отслеживание событий. Конверсия. Посадочные страницы. Аналитика форм. UTM-метки: назначение, создание. Отчеты по рекламным кампаниям в системах аналитики. Модели атрибуции в Яндекс Метрике. Опция «Кросс-девайс».

## 3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Тема 1. Индивидуальное задание по теме «Введение в веб-аналитику»
Тема 2. Индивидуальное задание по теме «Определение ключевых метрик для веб-анализа»
Тема 3. Индивидуальное задание по теме «Анализ показателей сайта»
Тема 4. Индивидуальное задание по теме «Рейтинг компании в интернете»
Тема 5. Индивидуальное задание по теме «Основы работы с системами аналитики»
Тема 6. Индивидуальное задание по теме «Коды счётчиков аналитики: создание и установка»
Тема 7. Индивидуальное задание по теме «Интерфейсы систем аналитики»
Тема 8. Индивидуальное задание по теме «Характеристики аудитории в системах аналитики»
Тема 9. Индивидуальное задание по теме «Цели и события в системах аналитики»

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

## 3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

# 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

## 4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
2. О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (с изменениями и дополнениями). Утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 528.

## 4.2 Основная литература

1. Яндекс Справка. О сервисе Яндекс Метрика. – Режим доступа: свободный. – URL: https://yandex.ru/support/metrica/index.html (дата обращения: 01.06.2025). – Текст : электронный.
2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510958 (дата обращения: 01.06.2025).

## 4.3 Дополнительная литература

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511454 (дата обращения: 01.06.2025).

## 4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. ЭОР Медиааналитика в цифровой среде

## 4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows
2. Яндекс Браузер

## 4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Лань» https://e.lanbook.com
2. Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/
3. Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
4. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru
5. Электронно-библиотечная система IPR SMART https://www.iprbookshop.ru/

# 5. Материально-техническое обеспечение

1. Компьютерный класс для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
2. Аудитория для лиц с ОВЗ.
3. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

# 6. Методические рекомендации

## 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при проведении практических занятий, текущей и итоговой аттестации по дисциплине «Медиааналитика в цифровой среде» предусмотрено использование современных образовательных технологий, а также активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в разделах «Содержание дисциплины» и «Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий» рабочей программы. Практические занятия проводятся в формате выполнения практических заданий. В них наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность обучающихся. Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо теоретические знания перевести в практическую плоскость.

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения. Основная форма проведения практических занятий по дисциплине «Медиааналитика в цифровой среде» - индивидуальные и групповые практические задания, выполняемые на компьютере/ноутбуке.

Современный обучающийся должен уметь эффективно применять технологии и инструменты искусственного интеллекта (ИИ) для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов. При этом обучающемуся следует соблюдать кодекс этики в сфере ИИ и авторское право, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель помогает сформировать у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемых для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач.

Преподаватель должен не допускать конфликты в учебной группе, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав обучающихся. При чтении курса лекций и проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

- многообразия и эффективности дидактического материала;
- партнерства, сотрудничества с обучающимися;

- смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;
- впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;
- творчества;
- прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

Преподаватель во время проведения практических занятий должен отвечать вопросы по заданиям, осуществлять проверку хода их выполнения, комментировать особенности выполнения, акцентировать внимание студентов на тех моментах, которые особенно важны при выполнении.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Информационные технологии медиаанализа» приведен в разделах «Основная литература» и «Дополнительная литература» настоящей рабочей программы. Предлагаемый в рабочей программе список литературных источников будет полезен не только для обучающихся, но и для преподавателей.

Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к заданиям по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области информационных технологий, медиа, психологии и маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи текущих заданий. Текущий контроль может дополняться опросами по лекционным материалам на практических занятиях с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Экзамен проводится в период экзаменационной сессии, после изучения всех тем дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Оценка за экзамен выставляется на основании всех выполненных работ и итогового тестирования. Формат проведения экзамена зависит от формата проведения экзаменационной сессии. Очный формат может предусматривать дополнительный индивидуальный опрос обучающихся путем собеседования. Обучающемуся может быть предложено выполнить практическое задание из числа практических заданий, которые он не выполнил в течение семестра или выполнил на низкую оценку. В этом случае для подготовки к ответам обучающемуся отводится 45 минут. По окончанию выполнения задания экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен.

## 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

**Практические занятия**

Практическое занятие – это активная форма учебного процесса в вузе. При подготовке к практическим занятиям обучающемуся необходимо повторить материалы лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации преподавателя. Практические задания выполняются обучающимися в аудиториях и дома самостоятельно. Ход выполнения любого практического задания и его результаты обучающийся должен уметь представить преподавателю устно на практическом занятии. Обучающийся должен быть готов на практическом занятии ответить на вопросы преподавателя по темам лекции и уточняющие вопросы о выполнении заданий.

Проведение практических занятий по дисциплине «Медиааналитика в цифровой среде» осуществляется, главным образом, в формате выполнения на компьютере/ноутбуке индивидуальных и групповых практических заданий. У всех практических заданий есть сроки выполнения. Предоставления результатов выполнения заданий преподавателю с нарушением

сроков ведёт к снижению оценки за них. Выдача чужих результатов выполнения задания за свои ведёт к выставлению неудовлетворительной оценки. При использовании для выполнения заданий искусственного интеллекта (ИИ) необходимо соблюдать этику в сфере ИИ, авторское право и законодательство Российской Федерации, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи, не копировать предложенные ИИ готовые решения, выдавая их за свои. Если обучающийся использовал ИИ в ходе выполнения задания, то он обязан указать в задании какая модель/система ИИ применялась, для каких целей, а также представить промт/промты для оценки преподавателем степени самостоятельности выполнения обучающимся задания.

Выполнение всех практических заданий является обязательным. Невыполнение любого из заданий к дате аттестации влечет за собой выставление неудовлетворительной оценки по дисциплине по итогам семестра.

**Самостоятельная работа**

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников - ориентировать обучающегося в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими выпускниками.

Самостоятельное изучение дополнительных материалов по каждой теме дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде» является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к итоговой аттестации по дисциплине. Необходимо проверять найденные материалы на актуальность, используя демо-доступ к системе аналитики, справочник системы и т.д.

**Подготовка к экзамену**

Подготовка к экзамену предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

# 7. Фонд оценочных средств

## 7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

### 7.1.1 Критерии оценки на экзамене

**«5» (отлично):** Без ошибок и в срок самостоятельно выполнены все задания, предусмотренные рабочей программой. На высокий балл сдан итоговый тест. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

**«4» (хорошо):** Все задания, предусмотренные рабочей программой, выполнены самостоятельно на среднем уровне, нарушены сроки выполнения заданий. Итоговый тест сдан на средний или выше среднего балл. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста частичное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при анализе, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.

**«3» (удовлетворительно):** Все задания, предусмотренные рабочей программой, выполнены самостоятельно со значительными ошибками и с нарушением сроков. Итоговый тест сдан на низкий или средний балл. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений,

навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

**«2» (неудовлетворительно):** Не выполнены самостоятельно все задания, часть заданий или одно из заданий, предусмотренных рабочей программой. При невыполнении любого из заданий результаты итогового теста не учитываются при выставлении оценки. Обучающийся не смог продемонстрировать в ходе выполнения заданий и теста соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей.

### 7.1.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

**«5» (отлично):** все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, выполнены обучающимся самостоятельно в срок и без ошибок, обучающийся активно работал на практических занятиях.

**«4» (хорошо):** в большей части выполненных обучающимся самостоятельно практических заданий, предусмотренных практическими занятиями, есть ошибки, обучающийся мог нарушать сроки выполнения практических заданий, но достаточно активно работал на практических занятиях.

**«3» (удовлетворительно):** все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, выполнены самостоятельно, но со значительными ошибками, обучающийся нарушил сроки выполнения заданий.

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся не выполнил, или выполнил полностью неправильно, или выдал чужие результаты выполнения практических заданий, предусмотренные практическими занятиями, за свои.

### 7.1.3. Критерии оценки тестирования

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

**«5» (отлично):** тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами, классификациями и обладает способностью применять теорию для решения практических задач и быстро реагировать на вопросы теста.

**«4» (хорошо):** тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов, классификаций и обладает способностью применять теорию для решения практических задач быстро реагировать на вопросы теста.

**«3» (удовлетворительно):** системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами, классификациями, не умеет применять теорию для решения практических задач и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

**«2» (неудовлетворительно):** системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией и способностью применять теорию для решения практических задач он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

## 7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Стандартная шкала соответствия результатов выставляемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов (85 баллов);
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов (70,1-85 баллов);
- «удовлетворительно» - от 40% до 70% правильных ответов (40-70 баллов);
- от 0 до 40% правильных ответов – «неудовлетворительно» (ниже 40 баллов).

| Уровень сформированности компетенции | Оценка | Пояснение |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Высокий | «5»<br>(отлично) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне;<br>компетенции сформированы |
| Средний | «4»<br>(хорошо) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями;<br>компетенции в целом сформированы |
| Удовлетвори-тельный | «3»<br>(удовлетворительно) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки;<br>компетенции сформированы частично |
| Неудовлетвори-тельный | «2»<br>(неудовлетворительно) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки;<br>дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий;<br>компетенции не сформированы |

## 7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль (задания и тестирование)

**Пример задания по теме**

Для выполнения заданий необходим доступ к счётчикам аналитики на сайте. Возможно использование демо-версий систем аналитики.

*Задание на определение качественных характеристик аудитории сайта*

Ознакомьтесь со справкой по отчетам Аудитория (Пользователь) и Технологии в Яндекс Метрике.

1. Перечислите какие данные о качестве аудитории можно получить из отчетов Аудитория (Пользователь) и Технологии.

Обязательно укажите отдельно метрики и показатели в отчетах системы.

2. Выберите период для анализа от 3 месяцев (запишите его).
3. Дайте описание основной аудитории Вашего сайта на основе отчётов Аудитории.
4. Дайте описание основной аудитории Вашего сайта на основе отчётов Технологии в Яндекс Метрике…

В качестве подтверждения описания приложите скриншоты отчетов.

**Примеры тестовых вопросов:**

1. Выберете верное утверждение:

А) визит начинается с перехода на сайт из какого-либо внешнего источника;

Б) визит заканчивается, когда в течение определённого времени от посетителя не поступает новых событий — по умолчанию это 15 минут;

В) если в течение 30 минут от последнего события тот же пользователь снова перейдет на сайт из внешнего источника, Яндекс Метрика будет считать такое посещение новым визитом.

2. Каким образом Яндекс Метрика отделяет одного посетителя от другого (в одном и том же браузере):

А) по файлу hosts

Б) по файлу cookies

В) по UTM-метке

3. В Google Analytics можно выбрать период формирования отчета:

А) только за полный месяц или неделю;

Б) только при условии сравнения с предыдущим периодом;

В) за любой произвольный период.

4. Новый визит в Яндекс Метрике засчитывается, если:

А) он произошел по рекламному объявлению;

Б) это повторный переход в браузере в течение 30 минут;

В) это повторный переход в браузере в течение 15 минут.

**7.3.2. Промежуточная аттестация (экзамен)**

Экзаменационная оценка выставляется на основании среднего балла, выведенного на основании: 1) баллов, полученных за выполненные в течение семестра работы; 2) балла, полученного в результате прохождения тестирования.

Возможные варианты дополнительных вопросов для уточнения оценки при очном проведении экзамена представлены ниже:

1. Веб-аналитика: понятие и цели.
2. Иерархия целей компании. Цели и задачи интернет-ресурсов.
3. Аудитория компании в интернете. Аудитория на собственных интернет-ресурсах.
4. Особенности реализации веб-аналитики в зависимости от веб-платформ.
5. Основные показатели веб-аналитики.
6. Инструменты отслеживания статистики интернет-ресурсов.
7. Отчёт в реальном времени: метрики и принципы использования.
8. Анализ посещаемости сайта с помощью счётчиков аналитики и логов сервера: преимущества и недостатки.
9. Анализ поведенческих метрик на сайте.
10. Анализ конверсии на сайте.
11. Анализ аудитории пользователей: демографические характеристики, интересы, технологии.
12. Основной интерфейс системы Яндекс Метрика.
13. Создание и установка счетчика Яндекс Метрика на сайт.
14. Отслеживаемые параметры в Яндекс Метрика.
15. Установка целей в Яндекс Метрика.
16. Сегментация пользователей в Яндекс Метрика.
17. Анализ сайта по вебвизору Яндекс Метрика.
18. Создание отчётов в Яндекс Метрика. Пользовательские отчёты.

19. Источники трафика в Яндекс Метрике.
20. Предоставление доступа к счетчикам Яндекс Метрика.
21. UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете.
22. Карты поведения пользователей: особенности оценки страниц.
23. Идентификация пользователя в интернете.
24. Метрики и показатели для оценки контента сайта.
25. Рекомендации на основе отчётов Яндекс Метрика.
26. Оценка содержания страниц интернет-сайта.
27. Особенности оценки страниц сайта с помощью вебвизора.
28. Анализ перемещений по сайту в системах аналитики.
29. Анализ оптимизации сайта для мобильных устройств.
30. Выявление проблемных страниц на сайте.
31. Оценка интернет-ресурса на основе отзывов и справочной информации.
32. Рекламные источники трафика.
33. Оценка посадочной страницы интернет-ресурса.
34. Метрики измерения эффективности сайта.
35. Трафик из социальных сетей на сайте.
36. Прямой трафик на сайте.
37. Трафик из поисковых систем на сайте.
38. Оценка интересов пользователей интернет-ресурса.
39. Отслеживание отдельных страниц и групп страниц на сайте.
40. Компания на карте: оценка трафика и отзывов.
41. Сравнение отчётов в системах аналитики и оценка динамики изменений данных.
42. Модели атрибуции в Яндекс Метрике.