Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 19.06.2024 14:21:43
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/

«15» февраля 2024

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

Очная, заочная

Москва 2024 г.

Разработчик(и):

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

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
степень, звание /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 3
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 3
3. Структура и содержание дисциплины ... 4
   - 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость ... 4
   - 3.2. Тематический план изучения дисциплины ... 5
   - 3.3. Содержание дисциплины ... 7
   - 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 8
   - 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 9
   - 4.1. Нормативные документы и ГОСТы ... 9
   - 4.2. Основная литература ... 9
   - 4.3. Дополнительная литература ... 9
   - 4.4. Электронные образовательные ресурсы ... 9
   - 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 9
   - 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 9
5. Материально-техническое обеспечение ... 10
6. Методические рекомендации ... 10
   - 6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 10
   - 6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 11
7. Фонд оценочных средств ... 12
   - 7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения ... 12
   - 7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения ... 13
   - 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 ИУК-1.2. Определяет противоречивость и пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, а также критически оценивает релевантность используемых информационных источников 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 ИПК-3.2. Формулирует требования к основным документам по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью 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.

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. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	4
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36	
	В том числе:			
1.1	Лекции			
1.2	Семинарские/практические занятия	36	36	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**180**	180	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	140	140	
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию	40	40	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Экзамен			
	Итого	**216**	216	

3.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
				4
1	**Аудиторные занятия**	**16**		16
	В том числе:			
1.1	Лекции			
1.2	Семинарские/практические занятия	16		16
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)

3.2.1. Очная 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	12		2			10
2	Анализ компании через её интернет-ресурсы	12		2			10
3	Способы отслеживания пользователей в интернете	12		2			10
4	Базовые понятия и особенности работы Яндекс Метрики и Google Analytics	12		2			10
5	Коды счётчиков аналитики	12		2			10
6	Интерфейс системы Яндекс Метрика	12		2			10
7	Интерфейс системы Google Analytics	12		2			10
8	Качественные характеристики аудитории в Яндекс Метрике	12		2			10
9	Качественные характеристики аудитории в Google Analytics	12		2			10
10	Источники трафика в Яндекс Метрике	12		2			10
11	Источники трафика в Google Analytics	12		2			10
12	Отслеживание поведения пользователей на сайте через Яндекс Метрику	12		2			10
13	Отслеживание поведения пользователей на сайте через Google Analytics	12		2			10
14	Цели и события в Яндекс Метрике	12		2			10
15	Цели и события в Google Analytics	12		2			10
16	UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете	12		2			10
17	Идентификация пользователя в интернете	12		2			10
18	Отслеживание статистики в режиме реального времени	12		2			10
Итого		**216**		**36**			**180**

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	11		1			10
2	Анализ компании через её интернет-ресурсы	11		1			10
3	Способы отслеживания пользователей в интернете	21		1			20
4	Базовые понятия и особенности работы Яндекс Метрики и Google Analytics	11		1			10
5	Коды счётчиков аналитики	11		1			10
6	Интерфейс системы Яндекс Метрика	11		1			10
7	Интерфейс системы Google Analytics	11		1			10
8	Качественные характеристики аудитории в Яндекс Метрике	11		1			10
9	Качественные характеристики аудитории в Google Analytics	11		1			10
10	Источники трафика в Яндекс Метрике	11		1			10
11	Источники трафика в Google Analytics	11		1			10
12	Отслеживание поведения пользователей на сайте через Яндекс Метрику	11		1			10
13	Отслеживание поведения пользователей на сайте через Google Analytics	11		1			10
14	Цели и события в Яндекс Метрике	11		1			10
15	Цели и события в Google Analytics	11		1			10
16	UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете	11		1			10
17	Идентификация пользователя в интернете	20					20
18	Отслеживание статистики в режиме реального времени	10					10
Итого		**216**		**16**			**200**

3.3 Содержание дисциплины

1. Введение в веб-аналитику

Цели веб-анализа. Основные понятия веб-аналитики.

2. Анализ компании через её интернет-ресурсы

Цели и миссия компании. Цели и задачи её интернет-ресурсов. Аудитория компании в интернете.

3. Способы отслеживания пользователей в интернете

Инструменты отслеживания статистики интернет-ресурсов. Логи сервера и статистика.

4. Базовые понятия и особенности работы Яндекс Метрики и Google Analytics

Зачем бизнесу Яндекс Метрики и Google Analytics. Базовые понятия: пользователь, просмотр, визит, сеанс.

5. Коды счётчиков аналитики: создание и установка

Создание кода счётчика Яндекс Метрика. Создание кода счётчика Google Analytics. Установка кода счётчика Яндекс Метрика. Установка кода счётчика Google Analytics.

6. Интерфейс системы Яндекс Метрика

Сводки, отчеты фильтры в Яндекс Метрике. Детализация.

7. Интерфейс системы Google Analytics

Сводки, отчеты фильтры в Google Analytics. Детализация.

8. Качественные характеристики аудитории в Яндекс Метрике

Демография. География. Активность. Интересы пользователей. Технологии.

9. Качественные характеристики аудитории в Google Analytics

Демография. География. Активность. Интересы пользователей. Технологии.

10. Источники трафика в Яндекс Метрике

Каналы трафика. Источник и страница перехода.

11. Источники трафика в Google Analytics

Каналы трафика. Источник и страница перехода.

12. Отслеживание поведения пользователей на сайте через Яндекс Метрику

Страницы входа. Популярные страницы. Перемещение по сайту. Вебвизор.

13. Отслеживание поведения пользователей на сайте через Google Analytics

Страницы входа. Популярные страницы. Перемещение по сайту.

14. Цели и события в Яндекс Метрике

Типы целей. Выбор целевой страницы. Отслеживание событий. Конверсия.

15. Цели и события в Google Analytics

Типы целей. Выбор целевой страницы. Отслеживание событий. Конверсия.

16. UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете

UTM-метки: назначение, создание. Отчеты по рекламным кампаниям в системах аналитики.

17. Идентификация пользователя в интернете

Коды cookie. Client ID. Проверка кодов. Отчеты в системах аналитики.

18. Отслеживание статистики в режиме реального времени

Проверка поступления данных в системы аналитики. Отчеты в режиме реального времени.

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 «Анализ компании через её интернет-ресурсы»
Тема 3. Индивидуальное задание по теме «Способы отслеживания пользователей в интернете»
Тема 4. Индивидуальное задание по теме «Базовые понятия и особенности работы Яндекс Метрики и Google Analytics»
Тема 5. Индивидуальное задание по теме «Коды счётчиков аналитики: создание и установка»
Тема 6. Индивидуальное задание по теме «Интерфейс системы Яндекс Метрика»
Тема 7. Индивидуальное задание по теме «Интерфейс системы Google Analytics»
Тема 8. Индивидуальное задание по теме «Качественные характеристики аудитории в Яндекс Метрике»
Тема 9. Индивидуальное задание по теме «Качественные характеристики аудитории в Google Analytics»
Тема 10. Индивидуальное задание по теме «Источники трафика в Яндекс Метрике»
Тема 11. Индивидуальное задание по теме «Источники трафика в Google Analytics»
Тема 12. Индивидуальное задание по теме «Отслеживание поведения пользователей на сайте через Яндекс Метрику»
Тема 13. Индивидуальное задание по теме «Отслеживание поведения пользователей на сайте через Google Analytics»
Тема 14. Индивидуальное задание по теме «Цели и события в Яндекс Метрике»
Тема 15. Индивидуальное задание по теме «Цели и события в Google Analytics»
Тема 16. Индивидуальное задание по теме «UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете»
Тема 17. Индивидуальное задание по теме «Идентификация пользователя в интернете»
Тема 18. Индивидуальное задание по теме «Отслеживание статистики в режиме реального времени»

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

4.2 Основная литература

1. Яндекс Справка. О сервисе Яндекс Метрика. – Режим доступа: свободный. – URL: https://yandex.ru/support/metrica/index.html (дата обращения: 01.09.2023). – Текст : электронный.
2. Справка Google Analytics. – Режим доступа: свободный. – URL: https://support.google.com/analytics/topic/9228654?hl=ru&ref_topic=9143232&sjid=16222094922083271943-EU (дата обращения: 01.09.2023). – Текст : электронный.
3. 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: 01.09.2023).

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: 05.09.2023).

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. ЭОР Медиааналитика в цифровой среде https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=10974

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 п.4.3 рабочей программы. Особенной формой практических занятий выступают практические задания. 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.

В начале занятия объявляется тема, указывается её актуальность, практическая значимость и взаимосвязь с другими дисциплинами. Начинать занятия рекомендуется с разбора лекционного материала. После обсуждения отдельного вопроса обязательно следует делать обобщение или небольшой вывод, показать недостатки и положительные моменты в ответе обучающегося, разъяснять вопрос, который вызвал наибольшую сложность при ответе.

Преподаватель должен быть достаточно эмоционален в процессе всего процесса обучения, разрешать и не допускать конфликты, 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 прогнозировать развитие дискуссии и корректировать ее ход, акцентируя те моменты, на рассмотрение которых он хотел бы направлять обсуждение.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Медиааналитика в цифровой среде» приведен в п.5 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 текущей и итоговой аттестации по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи практических работ. Текущий контроль может проводиться в ходе тестирования 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 всей дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Оценка за экзамен выставляется на основании 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 изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации преподавателя. Практические задания выполняются обучающимися в аудиториях и дома самостоятельно. Каждое практическое задание обучающийся должен уметь демонстрировать устно на практическом занятии и отвечать на контрольные вопросы.

Проведение практических занятий по дисциплине «Медиааналитика в цифровой среде» осуществляется в форме выполнения на компьютере индивидуальных заданий.

Выполнение заданий на практических занятиях является обязательным. Нарушение сроков предоставления выполненных заданий преподавателю влечет снижение баллов за задание. Невыполнение любого из заданий к дате аттестации влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине по итогам семестра.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

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.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу и изучение дополнительных материалов по темам лекций 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.

Подготовка к экзамену

Подготовка к экзамену предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, 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 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 на среднем уровне и с нарушением сроков. 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 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 задания или часть заданий, предусмотренных рабочей программой. Итоговый тест сдан на низкий или ниже среднего балл. 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 четко в срок и без ошибок, обучающийся активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): в большей части выполненных обучающимся 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 со значительными ошибками, обучающийся нарушил сроки выполнения заданий.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями.

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 и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией 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 80% правильных ответов (80 баллов);
- «хорошо» - от 70% до 80% правильных ответов (70-80 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» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; 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 системах Google Analytics (GA4) и Яндекс Метрика.

1. Перечислите какие данные о качестве аудитории можно получить из отчетов Аудитория (Пользователь) и Технологии:
   – Google Analytics;
   – Яндекс Метрика.

Обязательно укажите отдельно характеристики отчетов каждой системы.

2. Выберите период для анализа от 3 месяцев (запишите его).
3. Дайте описание основной аудитории Вашего сайта на основе отчётов Аудитории и Технологии Google Analytics.
4. Дайте описание основной аудитории Вашего сайта на основе отчётов Аудитория и Технологии Яндекс Метрика.

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)

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 Google Analytics.
13. Создание и установка счетчика Google Analytics на сайт.
14. Отслеживаемые параметры в Google Analytics.
15. Установка событий в Google Analytics.
16. Сегментация пользователей в Google Analytics.
17. Создание отчётов в Google Analytics. Пользовательские отчёты.
18. Предоставление доступа к счетчикам Google Analytics.
19. Основной интерфейс системы Яндекс Метрика.
20. Создание и установка счетчика Яндекс Метрика на сайт.
21. Отслеживаемые параметры в Яндекс Метрика.
22. Установка целей в Яндекс Метрика.
23. Сегментация пользователей в Яндекс Метрика.
24. Анализ сайта по вебвизору Яндекс Метрика.
25. Создание отчётов в Яндекс Метрика. Пользовательские отчёты.
26. Источники трафика в Яндекс Метрике.
27. Источники трафика в Google Analytics.
28. Предоставление доступа к счетчикам Яндекс Метрика.
29. UTM-метки и отслеживание рекламных кампаний в интернете.
30. Карты поведения пользователей: особенности оценки страниц.
31. Идентификация пользователя в интернете.
32. Метрики и показатели для оценки контента сайта.
33. Рекомендации на основе отчётов Google Analytics.
34. Рекомендации на основе отчётов Яндекс Метрика.