

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 10.11.2023 11:53:14
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Полиграфический институт

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Полиграфического института

И.В. Нагорнова/

2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«WEB-аналитика»

Направление подготовки
27.03.02 «Управление качеством»

Профиль
Управление качеством в принтмедиа

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва
2021 г.

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «WEB-аналитика»:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-8. Способен анализировать потребительские предпочтения, рыночную конъюнктуру и технический потенциал печатной индустрии и/или ее отдельного сегмента в том числе с использованием цифровых инструментов	ИПК-8.1 Анализирует современные средства измерений и контроля; осуществляет выбор в соответствии с задачами метеорологических испытаний инновационной продукции ИПК-8.2 Планирует потребительские свойства инновационной продукции путем формирования требований по качеству продукции на этапах маркетинговых исследований, разработки технических условий производства ИПК-8.3 Анализирует сеть процессов организации с целью разработки регламентов типовых процессов и выявления неконтролируемых параметров качества продукции (услуг) ИПК-8.4 Разрабатывает нормативные документы в области технического контроля качества продукции

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.ДВ.7 «WEB-аналитика» относится к дисциплинам элективной части Б.1.ДВ, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «WEB-аналитика» составляет 5 зачетных единиц.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Аудиторные занятия (всего)	90	36	54
В том числе:	-	-	-
Лекции	36	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	-	36
Семинары (С)	18	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	90	36	54
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат	-	-	-
Подготовка к практическим занятиям	18	-	18
Тестирование	36	18	18
Вид промежуточной аттестации – зачет	36	18	18
Общая трудоемкость час / зач. ед.	180/5	72/2	108/3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель-ная работа обучающихся
			лекции	практические занятия	
1.	Раздел 1: ОСНОВЫ WEB-АНАЛИТИКИ	20	8	6	6
2.	Тема 1.1 <i>Цели и методы анализа источников трафика</i>		4	3	3
3.	Тема 1.2 <i>Установка и настройка инструментов WEB-аналитики</i>		4	3	3
4.	Раздел 2: АНАЛИЗ ДАННЫХ О КОМПАНИИ	36	12	12	12
5.	<i>Тема 2.1: Сегментация и отчетность</i>		3	2	2
6.	<i>Тема 2.2: Воронка продаж</i>		3	4	4
7.	<i>Тема 2.3: Роль социальных в сборе аналитических данных</i>		3	2	2
8.	<i>Тема 2.4: Анализ метрик</i>		3	4	4
9.	Раздел 3: ДАННЫЕ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ	88	16	36	36
10.	<i>Тема 3.1: Инструменты и технологии аналитики</i>		4	8	8
11.	<i>Тема 3.2: Интерпретация данных и принятие решений</i>		2	8	8
12.	<i>Тема 3.3: Основы IoT и его роль в управлении качеством</i>		4	8	8
13.	<i>Тема 3.4: Планирование и проведение аналитического исследования</i>		4	6	6
14.	<i>Тема 3.5: Применение результатов аналитики для управления качеством</i>		2	6	6
	Всего	144	36	54	54
	зачет	36	-	-	36
	Итого	180	36	54	90

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1: ОСНОВЫ WEB-АНАЛИТИКИ

Тема 1.1: Цели и методы анализа источников трафика

Введение в веб-аналитику, определение целей анализа источников трафика. Различные источники трафика (поисковые системы, социальные сети, реклама и др.) и их влияние на качество трафика и пользовательский опыт. Типы веб-аналитических данных и метрик.

Тема 1.2: Установка и настройка инструментов WEB-аналитики

Основы настройки Google Analytics или других популярных инструментов. Разъяснение основных разделов и функций инструментов WEB-аналитики. Методология веб-анализа.. Анализ юзабилити. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы. Анализаторы логов Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц, поведения посетителя на странице. Диспетчер тегов

Раздел 2: АНАЛИЗ ДАННЫХ О КОМПАНИИ

Тема 2.1: Сегментация и отчетность

Сегментация аудитории сайта. Пользовательский опыт. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели Анализ ключевых показателей эффективности (KPI) и их визуализация в отчетах. Создание настраиваемых отчетов для различных целей.

Тема 2.2: Воронка продаж

Определение воронки продаж, ключевые этапы воронки. Методы анализа воронки продаж для выявления узких мест и оптимизации процессов с акцентом на управление качеством продукции. Настройка воронки продаж. Аналитика для принятия решений о коммерциализации ассортимента. Значение пользовательского опыта на веб-сайте. Методы оценки и анализа пользовательского опыта с учетом качества продукции.

Тема 2.3: Роль социальных в сборе аналитических данных

Значение социальных сетей для бренда и продукции. Методы анализа активности компании в социальных сетях и их влияние на качество продукции.

Тема 2.4: Анализ метрик

Сравнительный анализ метрик веб-сайта и их значение для управления качеством продукции. Аналитика сравнения. Разработка сценариев на основе сравнения.

Раздел 3: ДАННЫЕ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

Тема 3.1: Инструменты и технологии аналитики

Обзор основных инструментов и технологий для проведения анализа данных с целью улучшения качества продукции. Примеры использования аналитики в различных сферах производства.

Тема 3.2: Интерпретация данных и принятие решений

Анализ показателей конверсий и эффективности веб-страниц. Понимание влияния маркетинговых каналов на поведение пользователей. Роль WEB-аналитики в управлении качеством продукции и повышении конкурентоспособности продукции. Влияние данных на программу улучшение производственных процессов. Основы АВ-тестирования и его применение в веб-аналитике. Разработка гипотез для тестирования и интерпретация результатов

Тема 3.3: Основы IoT и его роль в управлении качеством

Введение в IoT, технологии, и инструменты мониторинга оборудования. Роль IoT в улучшении качества производства.

Тема 3.4: Планирование и проведение аналитического исследования

Этапы планирования и проведения аналитического исследования с акцентом на улучшении качества продукции. Сбор данных, их анализ и интерпретация. Представление новых инструментов и технологий в области WEB-аналитики. Обзор изменений в алгоритмах поисковых систем и их влияния на аналитику.

Тема 3.5: Применение результатов аналитики для управления качеством

Использование результатов аналитики для определения проблем в качестве продукции и разработки стратегии и действий по их улучшению. Реакция на аналитические выводы в производстве.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

Анализ источников трафика сайта с учетом качества: Студенты проводят анализ основных источников трафика сайта, а также настраивают UTM-метки для отслеживания качества трафика. Они анализируют эффективность каналов и оценивают их влияние на качество пользовательского опыта и продукции.

Мониторинг производственного оборудования с использованием IoT: Студенты изучают применение Интернета вещей для мониторинга производственного оборудования и его влияния на качество продукции. Они разрабатывают стратегии обслуживания оборудования для улучшения качества.

Анализ веб-сайта с учетом качества пользовательского опыта: Студенты проводят анализ веб-сайта с точки зрения улучшения качества пользовательского опыта. Они идентифицируют возможные улучшения, которые могут повысить удовлетворенность пользователей и качество взаимодействия с сайтом.

Оценка влияния WEB-аналитики на управление качеством продукции: Студенты изучают, как данные из WEB-аналитики могут быть использованы для улучшения качества продукции. Они анализируют данные, связанные с взаимодействием пользователей с веб-сайтом, и предлагают меры для улучшения качества и конкурентоспособности продукции.

Сравнительный анализ метрик веб-сайта с учетом качества продукции: Студенты выбирают два различных веб-сайта и проводят сравнительный анализ их метрик с учетом влияния на качество продукции. Они исследуют, как уровень отказов, время на сайте и другие показатели могут свидетельствовать о качестве продукции.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

1. Авинаш Кошик WEB-аналитика 2.0 на практике - Москва : Диалектика, 2019
2. Аналитика и модель устойчивости бизнеса : монография / Самыгин Д.Ю., Шлапакова Н.А. — Москва : Русайнс, 2019. — 173 с. — ISBN 978-5- 4365-3436-7. — URL: <https://book.ru/book/932008> — Текст : электронный.

5.2. Дополнительная литература

1. Google: +50% кликов. Просто добавь контекст // Advertology [Электронный ресурс] URL: <http://www.advertology.ru/article103119.htm>
2. Электронный бизнес // Университет Синергия [Электронный ресурс] URL: <https://ppt-online.org/188608>
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

5.3. Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс размещен в СДО Московского Политеха: <https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=13007>

5.4. Лицензионное программное обеспечение

3. R7 Office
4. <https://webinar.ru/> экосистема сервисов для онлайн-коммуникаций
5. Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (виртуальная обучающая среда Moodle)
6. www.figma.com Онлайн сервис
7. <https://miro.com/> Онлайн сервис

5.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
3. Электронная библиотека <http://books.atheism.ru/philosophy/>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал <http://window.edu.ru>
5. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
6. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>
7. 25 KPI для сбалансированной системы показателей инноваций <https://bscdesigner.com/ru/innovation-kpi.htm>
8. https://osipenkov.ru/books/%5BMarco_Hassler%5D_Web_Analytics__Metriken_auswerten.pdf

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, оснащённая комплектом технических средств для презентации (трансляции) учебных материалов.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «WEB-аналитика» формирует у обучающихся компетенцию ПК-8. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который, наряду с традиционной ролью носителя знаний, выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «WEB-аналитика».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «WEB-аналитика» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и учебного плана по направлению 27.03.02 Управление качеством.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «WEB-аналитика» рассматривается в п.4.2 рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «WEB-аналитика» представлена в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Примерные темы рефератов и варианты тестовых заданий для текущего контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине представлены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «WEB-аналитика», приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

7.2. Методические указания обучающимся

Получение углубленных знаний по дисциплине достигается за счет активной самостоятельной работы обучающихся. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с учебной и научной литературой по проблемам дисциплины, анализа научных концепций.

В рамках дисциплины предусмотрены различные формы контроля уровня достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций. Форма текущего контроля – активная работа на практических занятиях, решение кейс-задач, выполнение проектных заданий, тестирование. Формой промежуточного контроля по данной дисциплине является экзамен, в ходе которого оценивается уровень достижения обучающимися заявленных индикаторов освоения компетенций.

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ дисциплины.

Посещение лекционных занятий является обязательным.

Конспектирование лекционного материала допускается как письменным, так и компьютерным способом.

Регулярное повторение материала лекций, размещенных в ЛМС, по каждому разделу в рамках подготовки к текущим формам аттестации по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине.

Проведение практических занятий по дисциплине «WEB-аналитика» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованным информационным источникам;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

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

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «WEB-аналитика». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «WEB-аналитика» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «WEB-аналитика» и критерии оценки ответа обучающегося для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

8. Фонд оценочных средств по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
ПК-8. Способен анализировать потребительские предпочтения, рыночную конъюнктуру и технический потенциал печатной индустрии и/или ее отдельного сегмента в том числе с использованием цифровых инструментов	ИПК-8.1 Анализирует современные средства измерений и контроля; осуществляет выбор в соответствии с задачами метеорологических испытаний инновационной продукции ИПК-8.2 Планирует потребительские свойства инновационной продукции путем формирования требований по качеству продукции на этапах маркетинговых исследований, разработки технических условий производства ИПК-8.3 Анализирует сеть процессов организации с целью разработки регламентов типовых процессов и выявления неконтролируемых параметров качества продукции (услуг) ИПК-8.4 Разрабатывает нормативные документы в области технического контроля качества продукции	Промежуточный контроль: зачет Текущий контроль: опрос на практических занятиях, тестирование, кейс проектные задания	Разделы 1-3

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

8.2.1. Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции ПК-8, индикаторы: ИПК-8.1, ИПК-8.2, ИПК-8.3, ИПК-8.4)

«5» (**отлично**): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (**хорошо**): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (**удовлетворительно**): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (**неудовлетворительно**): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

8.2.2 Критерии оценки кейс-задач и проектных решений

(формирование компетенции ПК-8, индикаторы: ИПК-8.1, ИПК-8.2, ИПК-8.3, ИПК-8.4)

«5» (**отлично**): материал подобран корректно, его актуальность и достаточность для проектного решения допустима и обоснована. Релевантность материала проектному целеполаганию высокая. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Структура работы качественно продумана, отражает проектное решение в полном объеме. Логика изложения последовательная с корректной расстановкой акцентов. Стилистическое и визуальное оформление соответствует правилам оформления документации проекта, докладов и презентаций. Графические объекты авторские. Сформулированы качественные выводы, определены индустриальные проблемы технологического,

организационно-производственного и практического характера. Предложены авторские обоснованные варианты их решения. Проведена оценка реалистичности и эффективности предложенных вариантов решения проблем.

«4» (хорошо): материал избыточен или недостаточен для развития проектной концепции/решения кейса. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Структура работы сбалансирована. Логика изложения имеет изъяны. Работа оформлена с незначительными нарушениями. Стилистическое и визуальное оформление соответствует правилам оформления документации проекта, докладов и презентаций. Графические объекты в целом авторские с элементами заимствования. В целом, выводы и рекомендации обоснованы и сформулированы корректно, но не все выводы носят проектный характер и отвечают индустриальной специфике. В целом даны обоснованные ответы по сущности задания, вместе с тем допущены неточности и слабая аргументация выдвинутых предложений/решений.

«3» (удовлетворительно): Материал косвенно соответствует поставленным задачам, глубокого критического анализа не проводилось. Нарушение прав иных авторов отсутствует. Недостаточно выдержана структура исследования/решения. Отсутствует обоснование методологии разработки. Низкий уровень визуализации работы. Работа оформлена с нарушениями. В работе имеются необоснованные выводы и рекомендации. Не предложены варианты решения выявленных проблем. Продемонстрированы относительные знания, недостаточное понимание сути решения. Отмечено наличие грубых ошибок в ответах на вопросы задания.

«2» (неудовлетворительно): нарушение авторских прав отсутствует. Структура работы не соответствует тематике. Отсутствует обоснование методологии проектной работы. Поставленные задачи не соответствуют структуре работы. Работа оформлена с нарушениями, стиль изложения не соответствует требуемому в рамках задания. Низкий уровень визуализации с высокой долей заимствования. Выводы не обоснованы, рекомендации отсутствуют. Поверхностные знания, непонимание сути проектного решения.

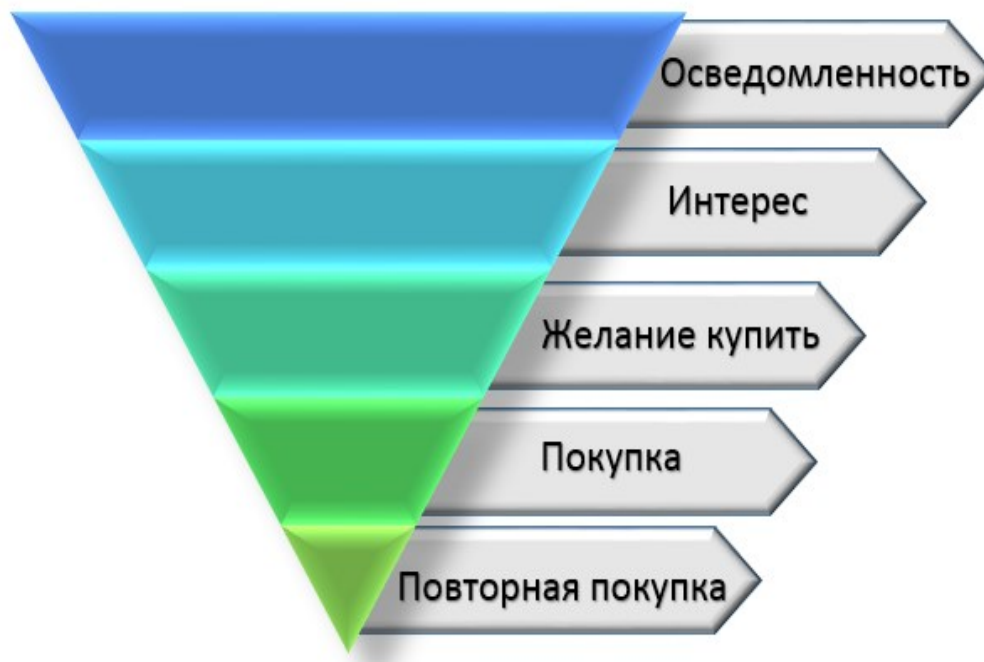
Примеры практических заданий:

ФОРМИРОВАНИЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ НА ОСНОВЕ WEB-АНАЛИТИКИ

Цель – *освоение навыков формирования воронки продаж на основе аналитических данных*

Последовательность шагов

1. Ознакомление с принципами построения воронки продаж;
2. Выбор ассортиментной позиции промышленного производства
3. Определение уровней воронки и источников информации для принятия решений



4. Настройка инструментов WEB-аналитики для получения требуемых данных:
 - a. источники трафика – это клики, расходы, показы рекламы;
 - b. поведение посетителей – какие страницы посещали, с чем взаимодействовали и с какой продолжительностью;
 - c. заказы – стоимость товаров, общий доход, скидки, возвраты, купоны;
 - d. достижение целей – результат какого-либо взаимодействия с сайтом, например, пользователь достиг целевой страницы или оставил свои контакты для звонка.

базовые системы

- ✓ «Google Analytics»;
- ✓ «Яндекс.Метрика»;
- ✓ «Openwebanalytics»;
- ✓ «Statcounter»;
- ✓ «Reactflow».

системы для продвинутых специалистов

- ✓ «Google Analytics 360»;
- ✓ «OWOX BI»;
- ✓ «Sisense»;
- ✓ «Canecto»;
- ✓ «Good Data».

5. Проведение исследования и интерпретация данных
6. Разработка рекомендаций по проектированию производственно-ассортиментной матрицы

Результат

Файл загружается в ЛМС в формате pdf.

8.2.3. Критерии оценки тестирования

(формирование компетенции ПК-8, индикаторы: ИПК-8.1, ИПК-8.2, ИПК-8.3, ИПК-8.4)

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

Стандартная шкала соответствия результатов тестирования выставяемой балльной оценке:

«отлично» - свыше 85% правильных ответов;

«хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов;

«удовлетворительно» - от 55,1% до 70% правильных ответов;

от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно»

«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.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ:

WEB-аналитика – это:

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

Какие из представленных задач решают WEB-аналитики?

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

Какие пункты являются этапами работы по решению задач WEB-аналитики?

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

На основе каких сущностей работают системы WEB-аналитики?

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

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

- A. (not set) / (not set)
- B. (direct) / (none)
- C. mobile / cpc
- D. google / cpc

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

- A. Последнее взаимодействие
- B. Первое взаимодействие
- C. Последнее не прямое взаимодействие
- D. Последнее платное взаимодействие

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

- A. Перед тегом head
- B. Внутри тега head
- C. Внутри тега body

На основе какого объекта строятся цепочки взаимодействий с сайтом в отчетах по многоканальным последовательностям?

- A. Зарегистрированный пользователь (user id)
- B. Пользователь (cookies)
- C. Клиент на основе CRM данных

В каком отчете мы можем посмотреть цепочки взаимодействия с сайтом?

- A. Обзор
- B. Ассоциированные конверсии
- C. UTM
- D. Основные пути конверсии
- E. Длина последовательности

Для каких типов сайтов подойдет настройка электронной коммерции?

- A. Интернет-магазины
- B. Страховые компании
- C. Грузоперевозки
- D. Системы бронирования

Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.

- A. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
- B. Визиты
- C. Процент отказов
- D. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
- E. Отношение звонков с сайта к трафику
- F. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
- G. Процент прироста трафика из органической выдачи

Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.

- A. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
- B. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы .

8.2.4. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта 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 «зачтено» или «не зачтено».

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблице п. 8.1 показателям, 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	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблице п.8.1 показателям, 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.
------------	---

8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

1.3.1. Промежуточный контроль (вопросы к зачету)

(формирование компетенции ПК-8, индикаторы: ИПК-8.1, ИПК-8.2, ИПК-8.3, ИПК-8.4)

1. Что такое WEB-аналитика?
2. Особенности WEB-аналитики в России.
3. Особенности WEB-аналитики зарубежом.
4. Что такое конверсия?
5. Горячие и холодные лиды.
6. Что такое лид?
7. Инструменты WEB-аналитики от Google.
8. Инструменты WEB-аналитики от Yandex.
9. Задачи WEB-аналитики.
10. Как настраивать WEB-аналитику на сайте?
11. Как анализировать основные метрики сайта?
12. Как проверить слова на частоту выдачи в поисе?
13. Как составить семантическое ядро поиска?
14. Основные показатели хорошего сайта.
15. Настройка воронки продаж.
16. Как холодного лида сделать горячим?
17. Чем теплый лид отличается от горячего?
18. Как настроить рекламу сайта?
19. Как проверить информацию о поисковой выдаче любого сайта?
20. Отчеты в Yandex метрике.
21. Тепловая карта кликов.
22. Анализ эффективности банера на сайте.
23. Конверсия – что это?
24. Что такое сеанс?
25. Что такое уникальные просмотры?
26. Что такое процент выхода?
27. Что такое показатель отказов?
28. Какие бывают источники трафика?
29. Что такое органическая выдача?
30. Что такое регулярные выражения?
31. Что такое сегментирование?
32. Что такое фрод?
33. Что такое А-Б тестирование?

34. Что такое таргетинг?
35. Что такое целевая страница?
36. Что такое «куки» и для чего они используются?
37. Что такое показатель СРС?
38. Что такое показатель КРІ?
39. Что такое SEO?
40. Что такое URL?
41. Что такое «хит»?
42. Что такое глубина просмотра?
43. Что такое цели в аналитике?
44. Для чего используются фильтры в аналитике?
45. Для чего используются «Отчеты в режиме реального времени»?
46. От чего зависит посещаемость сайта?
47. Как связать между собой две системы аналитики?
48. Можно ли использовать инструменты WEB-аналитики для
49. Что такое карта триггерных коммуникаций?
50. Как выполняется анализ трафика?