

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Поверинов Игорь Егорович
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 18.10.2023 11:54:24
Уникальный программный ключ:
6d465b936eef331cede482bde6d12ab98216652f016465d53b72a2eab0de1b2

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»)**

Факультет экономический

Кафедра бухгалтерского учета и электронного бизнеса

Утверждены
в составе образовательной программы
высшего образования

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ)

«Веб-аналитика для продвижения сайта»

Направление подготовки / специальность 38.04.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника магистр

Направленность (профиль) / специализация «Бизнес-информатика в цифровой экономике»

Год начала подготовки - 2023

Чебоксары - 2023

Составитель(и):

Доцент, кандидат экономических наук Л. А. Савинова

Согласовано

методической комиссией факультета экономический 17.04.2023, протокол № 3

Декан факультета Н. В. Морозова

1. Паспорт оценочных материалов по дисциплине (модулю) «Веб-аналитика для продвижения сайта»

1.1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы индикатора достижения компетенции (результаты обучения)</i>
ПК-3 Способен управлять проектами в области информационных технологий любого масштаба в условиях высокой неопределенности, вызываемой запросами на изменения и рисками, и с учетом влияния организационного окружения проекта; разработка новых инструментов и методов управления проектами в области информационных технологий	ПК-3.1 Применяет инструменты и методы управления проектами в области информационных технологий любого масштаба в условиях высокой неопределенности	Знать: - методы применения инструментов для управления проектами в области ИКТ. Уметь: - выявлять, собирать и анализировать информацию бизнес-анализа для формирования возможных решений. Владеть: - методами оценки эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью.
ПК-3 Способен управлять проектами в области информационных технологий любого масштаба в условиях высокой неопределенности, вызываемой запросами на изменения и рисками, и с учетом влияния организационного окружения проекта; разработка новых инструментов и методов управления проектами в области информационных технологий	ПК-3.2 Отслеживает существующие риски, выявляет и анализирует новые риски и разрабатывает комплекс мероприятий по их минимизации	Знать: - теорию принятия управленческих решений. Уметь: - проводить анализ сильных и слабых сторон применительно к конкретной предметной области разработки, выявлять риски и проблемы проекта в условиях высокой неопределенности разрабатывать новые инструменты в области информационных технологий. Владеть: - навыками создания приложений для различных сфер человеческой деятельности в различных архитектурах.

1.2. Структура дисциплины (модуля)

<i>№ п/п</i>	<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины</i>	<i>Код контролируемых индикаторов достижения компетенций</i>	<i>Наименование оценочного средства</i>
1	Веб-аналитика для продвижения сайта	ПК-3.1, ПК-3.2	Темы докладов, Контрольные вопросы, Тестовые задания
Тема 1. Сущность веб-аналитики			
Тема 2. Взаимосвязь веб-аналитики, интернет-маркетинга и Digital рекламы			
Тема 3. Основные термины и метрики веб-аналитики			
Тема 4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics			
Тема 5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики			
Тема 6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика			
Тема 7. Анализ эффективности сайта			
Тема 8. Продвинутое возможности веб-аналитики			
2	Индивидуальная контактная работа	ПК-3.1, ПК-3.2	Вопросы к зачету
Тема 1. Индивидуальная контактная работа			

2. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕ): 3

Форма промежуточной аттестации: (зачет)

3. Критерии оценки успеваемости обучающихся

Формы и виды контроля знаний обучающихся, предусмотренные по данной дисциплине:

- текущий контроль;
- промежуточная аттестация.

Текущий контроль успеваемости проводится с целью проверки знаний обучающихся, приобретения и развития навыков самостоятельной работы, усиления связи между преподавателем и обучающимся, совершенствования работы кафедр по развитию навыков самостоятельной работы, по повышению академической активности обучающихся.

Промежуточная аттестация, как форма контроля успеваемости по дисциплинам (разделам дисциплин) и видам учебной деятельности, проводится для проверки степени усвоения обучающимися программного учебного материала и установления соответствия результатов проверки требованиям государственных образовательных стандартов к обязательному минимуму содержания или формирования компетенций, установленных федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

В зависимости от видов контроля знаний обучающихся, предусмотренных учебным планом, для оценки успеваемости применяются следующие критерии.

Критерии оценивания на зачете:

- «зачтено» ставится, если обучающийся продемонстрировал наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объёме пройденного программного материала, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы;

- «не зачтено» ставится, если обучающийся продемонстрировал наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Критерии оценивания на экзамене:

- для оценки «отлично» - наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объёме пройденного программного материала, правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы;

- для оценки «хорошо» - наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала;

- для оценки «удовлетворительно» - наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике;

- для оценки «неудовлетворительно» - наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Критерии оценивания курсовой работы (проекта), расчетно-графической работы:

Оценка по курсовой работе (проекту), расчетно-графической работе выставляется на основании результатов защиты обучающимся своих работ при непосредственном участии преподавателей кафедры, руководителя курсовой работы (проекта), с возможным присутствием других обучающихся из учебной группы.

«Отлично» - работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, полностью раскрыто содержание каждого вопроса, студентом сформулированы собственные аргументированные выводы по теме работы. Оформление работы соответствует предъявляемым требованиям. При защите работы обучающийся свободно владел материалом и отвечал на вопросы.

«Хорошо» - работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, полностью раскрыто содержание каждого вопроса. Незначительные замечания к оформлению работы. При защите работы обучающийся владел материалом, но отвечал не на все вопросы.

«Удовлетворительно» - работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, но не полностью раскрыто содержание каждого вопроса. Обучающимся не сделаны собственные выводы по теме работы. Грубые недостатки в оформлении работы. При защите работы обучающийся владел материалом, отвечал не на все вопросы.

«Неудовлетворительно» - если работа не выполнена в соответствии с утвержденным планом, не раскрыто содержание каждого вопроса, обучающимся не сделаны выводы по теме работы, имеются грубые недостатки в оформлении работы, при защите работы обучающийся не владел материалом, не отвечал на вопросы, то работа направляется на дальнейшую доработку.

4. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости

1 Темы докладов

1. Применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса
2. Роль и значение интернет-ресурса в маркетинге
3. Маркетинговые интернет-исследования
4. Веб-аналитика
5. Конверсия в интернет-маркетинге
6. Определение интернет-рекламы и его отличия от традиционной рекламы
7. Медийная (баннерная) реклама.
8. Контекстная реклама
9. Геоконтекстная реклама
10. Поисковая реклама
11. Вирусная реклама
12. Продакт-плейсмент
13. Вирусный маркетинг
14. E-mail маркетинг
15. Работа с социально-ориентированными сервисами и интернет- сообществами.
16. Поисковая оптимизация (SEO)
17. Типы оптимизация сайта

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если работа раскрывает содержание вопроса, обнаружено знание положений темы, знание и понимание ответа на вопросы;
- оценка «хорошо» выставляется, если работа раскрывает основное содержание вопроса, обнаружено знание основных положений темы, знание и понимание большей, или наиболее важной части ответа на вопросы;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если работа в основном раскрывает содержание вопроса, демонстрируется знание и понимание большей части ответа на вопросы, обнаружено неполное знание основных положений темы.
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если не раскрыто основное содержание материала, обнаружено незнание основных положений темы, обнаружено незнание и непонимание большей, или наиболее важной части ответа на вопросы.

2 Контрольные вопросы

1. Какие инструменты для сбора статистики веб-сайтов вам известны?
2. Как классифицируются системы интернет-аналитики?
3. Назовите три основных принципа веб-аналитики.
4. В чем отличие между традиционной веб-аналитикой и веб-аналитикой 2.0?
5. В чем заключается парадигма Trinity?
6. Какие существуют форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital?
7. Проведите сравнительную характеристику перфоманс-маркетинга (Performance-based marketing) и веб-аналитики.
8. Какие преимущества и ограничения имеются у системы Google Analytics?
9. Как осуществить установку и проверку кода отслеживания на сайте?
10. Каковы преимущества и ограничения у системы Яндекс.Метрика?

Критерии оценивания:

– оценка «отлично» выставляется, если материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала, продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;

– оценка «хорошо» выставляется, если материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано достаточно полное знание программного материала, или, по крайней мере, показано общее понимание вопроса и продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;

– оценка «удовлетворительно» выставляется, если показано общее понимание вопроса и продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала; показано непонимание вопроса и не продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала.

3 Тестовые задания

Тестовые задания размещены в приложении к оценочному материалу (ФОСу)

Критерии оценивания:

Правильные ответы на вопросы тестовых заданий

Вопросы Ответы

- 1 а
- 2 d
- 3 b
- 4 b
- 5 с
- 6 а
- 7 а, с
- 8 а
- 9 а
- 10 с
- 11 а, b
- 12 b, d, e
- 13 d
- 14 b
- 15 g
- 16 b
- 17 b
- 18 b
- 19 с
- 20 а
- 21 а
- 22 b
- 23 b
- 24 а
- 25 b
- 26 abcd
- 27 с

28 b
29 f
30 a

При необходимости выставления оценок по тесту количество правильных ответов переводится в оценки по шкале:

Количество правильных ответов	Оценка
27-30	Отлично
23-26	Хорошо
19-22	Удовлетворительно
< 19	Неудовлетворительно (пересдача)

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации обучающихся

Перечень вопросов к зачету

1. Бизнес-процесс. Классификация бизнес-процесса.
2. Правила описания бизнес-процесса.
3. Влияние коммуникационной среды на происходящие бизнес-процессы.
4. E-business. Классы ИС электронного бизнеса.
5. E-commerce. Классификации.
6. Модели E-commerce. B2B (Business-to-Business).
7. Модели E-commerce. B2C (Business-to-Consumer).
8. Модели E-commerce. B2G (Business-to-Government).
9. Модели E-commerce. C2C (Consumer-to-Consumer).
10. Модели E-commerce. C2B (Consumer-to-Business).
11. Модели E-commerce. A2A (Administration-to-Administration).
12. Модели E-commerce. A2B (Administration-to-Business).
13. Модели E-commerce. A2C (Administration-to-Consumer).
14. Интернет-маркетинг. Стратегии. Инструменты и тренды.
15. Веб-аналитика для бизнес-проекта. Яндекс.Метрика.
16. Веб-аналитика для бизнес-проекта. Google Analytics.
17. Search Engine Advertising для продвижения интернет-проекта.
18. Search Engine Optimization для продвижения интернет-проекта.
19. Seo-оптимизация. Семантическое ядро.
20. Анализ показателей интернет-проекта.

Примерная тематика курсовых работ

Не предусмотрено.

Примерная тематика курсовых проектов

Не предусмотрено.

Примерная тематика расчетно-графических работ

Не предусмотрено.

Тестовые задания

1. Пример кода: `h1 { color: blue}`

В приведенном выше примере `color: blue` – определение правила. `h1` является –

- a. Селектором
- b. Определением
- c. Значением
- d. Свойством

2. Какой из следующих элементов используется в качестве структурного контейнера для элементов формы?

- a. `<hr>`
- b. `<frame>`
- c. `<button>`
- d. `<fieldset>`
- e. `<label>`

3. Какая из следующих спецификаций правильная для определения цветового стиля?

- a. `H1 {color: FF-00-88}`
- b. `H1 {color: red}`
- c. `H1 {font-color: red}`
- d. `H1 {color: rgb(#D46A11)}`
- e. `H1 {color: 66.7%/66.7%/73.3%}`

4. Сервис валидации W3C CSS представляет собой бесплатный сервис созданный консорциумом Word Wide Web, которая проверяет каскадные таблицы стилей (CSS) на наличие ошибок, опечаток или неправильного использования.

Ссылаясь на вышеуказанную информацию, которую одной из следующих особенностей сервис валидации CSS предоставляет ...

- a. предлагает исправления для кроссбраузерной совместимости
- b. говорит вам, какие спецификации вашего CSS-файла не соответствуют спецификации CSS
- c. определяет потенциальные риски юзабилити
- d. меняет вашу CSS-спецификацию на основе соответствия требованиям
- e. позволяет загрузить исправленную версию вашего CSS-файла

5. Пример кода:

```
<select name="options">
  <option value="1" selected>One</option>
  <option value="2">Two</option>
  <option value="3">Three</option>
  <option value="4">Four</option>
</select>
```

Что будет отправлено с формы как значение "options"-элемента, если форма отправляется без изменений?

- a. Null
- b. SELECTED
- c. 1
- d. One
- e. "Three"

6. Пример кода: `H1 {color: black;}`

Этот CSS-код определяет цвет "black" для всех элементов <h1>. Что надо добавить в таблицу стилей, чтобы определить цвет "white" только для элемента <h1> с атрибутом class="w1"

Выберите один ответ:

- a. h1.w1 {color: white;}
- b. h1.black {color: white;}
- c. h1 {color: black; color: white;}
- d. h1 {color: white;}
- e. h1#w1 {color: white;}

7. Возможности CSS?

Выберите по крайней мере один ответ:

- a. Управление представлением данных для различных сред, устройств
- b. Изменение HTML-кода веб страницы
- c. Управление визуальным представлением контента
- d. Изменение содержания контента

8. Какой тег определяет переход на следующую строку?

- a.

- b. <a>
- c. <div>
- d.

9. Что является основным недостатком использования кэш браузера?

- a. Данные могут быть не обновляемыми.
- b. Вызывают повторение операции.
- c. Увеличивает время загрузки.
- d. Нельзя использовать шифрование. Некоторые интернет-провайдеры не поддерживают его.

10. С помощью какой цветовой модели представлен цвет в шестнадцатеричном виде

- a. CMYK, т.е. цвет определяется четверкой: С – голубым, М – пурпурным, Y – желтым, К – черным.
- b. Gradient
- c. RGB т.е. цвет определяется тройкой: R – красный, G – зеленый, B – синий
- d. Web-safe
- e. HSB т.е. цвет определяется тройкой: H – оттенок, S – насыщенность, B – яркость

11. Какие способы верстки Web-страниц есть?

- a. блочные
- b. табличные
- c. иерархические
- d. реляционные

12. Какие действия возможны над селекторами в CSS?

- a. Создание псевдоселекторов
- b. Комбинирование классов, псевдоклассов, классов и идентификаторов
- c. Позиционирование селекторов
- d. Комбинирование классов, псевдоклассов и идентификаторов
- e. Группировка селекторов

13. Веб-страница однозначно определяется

- a. изображениями

- b. содержанием
- c. css-файлом
- d. адресом url
- e. веб-сервером

14. Какие теги из перечисленных ниже определяют элементы-контейнеры?

- a.
- b. <div>
- c. <a>
- d.

15. Пример кода: .important {background: yellow}

В приведенном выше стилевом определении к какому элементу необходимо добавить "!important" для того что бы цвет при визуализации был желтым

- a. имени
- b. имени класса
- c. идентификатору
- d. свойству стиля
- e. типу
- f. тегу
- g. значению стилевого свойства

16. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Стандартный аукцион
- c. Голландский аукцион
- d. Аукцион закрытых предложений
- e. Двойной аукцион

17. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

18. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

19. Для чего создаются дискуссионные листы?

- a. Предназначены для определенной целевой аудитории
- b. Для рассылки индивидуальных писем
- c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

20. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

21. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

22. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

23. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

24. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

25. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет-экономики

26. Перечислите стадии, проходимые потенциальным покупателем?

- a. Предпочтение
- b. Знание
- c. Убеждение
- d. Покупка

27. «Размещение текстово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

- a. Медийная реклама
- b. Всплывающие (pop-up) окна и spyware
- c. Контекстная реклама
- d. Поисковая реклама

- e. Геоконтекстная реклама
- f. Спам
- g. Вирусная реклама
- h. Индивидуальные письма
- j. Рассылки подписчикам
- i. Продакт-плейсмент в онлайн играх

28. Составляющими электронного бизнеса является?

- a. Электронная коммерция
- b. Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта
- c. Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса
- d. Комплексная автоматизация деятельности предприятия

29. Какие существуют виды доставки товаров (услуг), купленных в интернет-магазине?

- a. Почта
- b. Электронная почта
- c. Не один из перечисленных
- d. Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)
- e. Собственная служба доставки
- f. Все перечисленные

30. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим»?

- a. Черным способом раскрутки
- b. Серым способом раскрутки
- c. Белым способом раскрутки

Критерии оценивания:

Результаты тестирования оценивают по 4-х балльной шкале:

- отлично - не менее 85% правильно выполненных заданий;
- хорошо - не менее 70% правильно выполненных заданий;
- удовлетворительно - не менее 50% правильно выполненных заданий;
- неудовлетворительно - менее 50% правильно выполненных заданий.