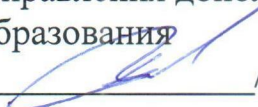


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель начальника
Управления дополнительного
образования
 /А.В.Ральников

«12» апреля 2024 г.
04-04-2024-0747-1385

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины (модуля)
«Веб-аналитика в интернет-маркетинге»

дополнительной профессиональной программы –
программы профессиональной переподготовки
«ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Киров, 2024

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями дополнительной профессиональной программы «Интернет-маркетинг».

Рабочая программа разработана:
Братухиной Еленой Александровной, кандидатом экономических наук,
доцентом кафедры экономики ФГБОУ ВО «ВятГУ».

© Вятский государственный университет, 2024

© Братухина Елена Александровна, 2024

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

1.1 Пояснительная записка

Актуальность и значение учебной дисциплины «Веб-аналитика в интернет-маркетинге» определяются тем, что:

1. в интернет-маркетинге Веб-аналитика играет решающую роль в системе сбора и анализа данных. Помогает понять поведение пользователей на сайте и проследить их путь взаимодействия с продуктом. По итогам анализа данных становится понятно, как улучшить продукт или какой-то этап взаимодействия с клиентом;

2. если правильно настроить веб-аналитику, можно автоматизировать процессы сбора данных со всех площадок, анализ и визуализацию в виде отчетов и графиков. Это позволит обойти конкурентов даже небольшой компании со скромным маркетинговым бюджетом. В сети конкуренция за каждого клиента выше, чем офлайн, поэтому действовать нужно быстро, но осмысленно, опираясь на большие данные и точные цифры.

Цель учебной дисциплины	-формирование общего представления об интернет-продвижении товаров или услуг, знакомство с инструментами на уровне понимания принципов работы и выполнении базовых задач.
Задачи учебной дисциплины	-изучить инструментарий веб-анализа. -сформировать знания по принципам работы Яндекс.Метрика и Google Analytics.

Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения учебной дисциплины / модуля

В результате освоения учебной дисциплины (модуля) слушатель должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД 1 - Организация и управление маркетинговой деятельностью	ПК-6: Способность анализировать показатели эффективности продвижения и продаж в информационно-коммуникационной сети	Владеть навыками работы с маркетплейсами.	Уметь анализировать продажи на маркетплейсах, пользоваться инструментами аналитики маркетплейсов, инструментами продвижения товаров на маркет-	Знать каналы и методы продаж в информационно-коммуникационной сети Интернет, специфику логистических операций при осуществлении продаж с помо-

	Интернет.		плейсах, организовывать продажи на маркетплейсах	щью информационно-коммуникационной сети Интернет.
--	-----------	--	--	---

1.2 Содержание учебной дисциплины (модуля)

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения	Общий объем (трудоемкость), час	В том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час					Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Всего	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Консультации			
Очно-заочная с применением ДОТ	18	10	4	6			6	2	зачет

Тематический план

№ п/п	Основные разделы и темы учебной дисциплины	Часы		
		Лекции	Практические (семинарские занятия)	Самостоятельная работа
1.	Методология и инструментарий веб-анализа	2	2	3
2.	Практика использования систем интернет-статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics	2	4	3
	Итого:	4	6	6

Матрица соотнесения разделов / тем учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций

Разделы / темы учебной дисциплины	Количество часов	Компетенции	Общее количество компетенций
		ПК-6	
Методология и инструментарий веб-анализа	7	+	1
Практика использования систем интернет-статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics	9	+	1
Промежуточный контроль	2	+	1
Итого:	18		

Краткое содержание учебной дисциплины:

Тема 1. Методология и инструментарий веб-анализа.

Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.

Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы. Анализаторы логов. Счетчики-рейтинги.

Внутренняя аналитика маркетплейсов. Программы для аналитики продаж на маркетплейсах.

Системы комплексной аналитики данных.

Тема 2. Практика использования систем интернет-статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics.

Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. Анализ поведения посетителей на странице. Системы интернет-статистики Яндекс.Метрика. Системы интернет-статистики: Google Analytics.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Методические рекомендации для преподавателя

Основными формами проведения аудиторных занятий со слушателями по учебной дисциплине «**Веб-аналитика в интерне-маркетинге**» являются лекции и практические (семинарские) занятия.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с

учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

2.2. Методические указания для слушателей

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа слушателей включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Регулярно рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение периода обучения.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение всего периода обучения.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Шарифьянов Д. Веб-аналитика От новичка до профессионала / Д. Шарифьянов. – Екатеринбург : Издательские решения, 2023. – 100 с.
2. Осипенков Я. Google Analytics 4. Веб-потоки / Я. Осипенков. - Москва : б.и., 2022. – 700 с.
3. Дарт Д. Яндекс Метрика. Полный гайд. - [Электронный ресурс] - URL: <https://finishhim.ru/metrikabook?ysclid=lujgdgwzc7852582139>

Дополнительная литература

1. Гавриков А.В., Давыдов В., Федоров М. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / А.В. Гавриков, В. Давыдов, М. Федоров. - Москва : АСТ, 2019. – 352 с.
2. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т.М. Катаева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. – 170 с.
3. Щербаков, А. Интернет-аналитика: поиск и оценка информации в web-ресурсах : практическое пособие / А. Щербаков. - Москва : Книжный мир, 2012. - 78 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ.
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы.

- 3) ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- 4) ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- 5) ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) ГАРАНТ
- 2) КонсультантПлюс
- 3) Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- 4) Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- 5) Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)

Вид занятий	Назначение аудитории
Лекция	Наличие компьютера и интернета
Практика, семинар	Наличие компьютера и интернета
Самостоятельная работа	Наличие компьютера и интернета

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
Мультимедиа -проектор
Панель коммутационная в сборе для подключения ноутбука и проектора
Экран с электроприводом
Ноутбук

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине

№ п/п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО	Производитель ПО и/или поставщик ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и науч-	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO	ЗАО "Анти-Плагиат"

	ных работах «Антиплагиат.ВУЗ»		
2	Microsoft Office 365 Student Advantage	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами	ООО "Рубикон"
3	Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями	ООО "СофтЛайн" (Москва)
4	Windows 7 Professional and Professional K	Операционная система	ООО "Рубикон"
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение	ООО «Рубикон»
6	Информационная система КонсультантПлюс	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «КонсультантКиров»
7	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «Гарант-Сервис»
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.	Microsoft

4. МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ (ТКУ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ

Формы ТКУ:

- тест;
- практическая работа;

Формы самостоятельной работы:

- решение кейсов;
- проектная деятельность;
- работа с лекционным материалом: проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы;
- практические занятия: выполнение задания в соответствии с инструкциями и методическими указаниями преподавателя, получение результата.

5 МАТЕРИАЛЫ, УСТАНОВЛИВАЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНЫХ АТТЕСТАЦИЙ

К сдаче зачета допускаются все слушатели, проходящие обучение на данной ДПП, вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости и посещаемости занятий, при этом, результаты текущего контроля успеваемости могут быть использованы преподавателем при оценке уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет принимается преподавателями, проводившими лекции по данной учебной дисциплине.

Методические рекомендации по подготовке и проведению промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация проводится в целях повышения эффективности обучения, определения уровня профессиональной подготовки обучающихся и контролем за обеспечением выполнения стандартов обучения.

Перечень примерных вопросов и заданий к зачету

1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.
3. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
4. Анализаторы логов.
5. Счетчики-рейтинги.
6. Внутренняя аналитика маркетплейсов.
7. Программы для аналитики продаж на маркетплейсах.
8. Системы комплексной аналитики данных.
9. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц.
10. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице.
11. Анализ поведения посетителей на странице.
12. Системы интернет-статистики Яндекс.Метрика.
13. Системы интернет-статистики: Google Analytics.

Задания:

- 1. Наиболее популярным видом деятельности совершеннолетних пользователей Интернет является...**
 1. поиск информации в поисковых системах+

2. посещение развлекательных ресурсов

3. проведение банковских операций

4. совершение покупок в виртуальных магазинах

2. Низкий возврат данных, как способа связи с аудиторией, характерен для:

1. электронной почты+

2. телефона

3. личной продажи

4. пресс-конференции

3. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.

1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику+

2. Визиты

3. Процент отказов+

4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте+

5. Отношение звонков с сайта к трафику+

6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей+

7. Процент прироста трафика из органической выдачи

4. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.

1. Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину+

2. Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google

3. Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт

4. Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

5. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

1. Контекстная реклама

2. Работа с социальными сетями

3. Поисковая оптимизация+

4. Баннерная реклама

6. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в Интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее зарегистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга?

1. рф

2. ru+

3. com
4. moscow

7. Вы разместили объявление в поисковой сети Google и хотите проверить, показывается ли оно в результатах поиска. Почему для этого рекомендуется использовать Инструмент просмотра и диагностики объявлений вместо обычного поиска на сайте Google.ru?

1. Все приведённые выше варианты неправильны.
2. Когда вы вводите поисковые запросы и видите собственные объявления, в вашем аккаунте расходуются средства, и дневной бюджет может быстро закончиться.
3. Вызывая показ объявлений, ваши поисковые запросы могут увеличить количество прогнозируемых показов по ключевым словам, что в свою очередь может повлиять на рейтинги сайтов в результатах обычного поиска.
4. Вы увеличиваете число показов кликов. При этом снижается показатель CTR, и ваше объявление появляется реже.+

8. Использование выбранных вручную мест размещения в кампаниях для контекстно-медийной сети позволяет показать объявления:

1. На указанных веб-страницах, в интернет-видео, играх, фидах RSS, на мобильных сайтах и в приложениях.
2. На веб-страницах, которые алгоритм контекстного таргетинга определил как соответствующие тематике ваших ключевых слов.+
3. На сайтах под управлением Google, таких как Gmail и Google Новости, где есть материалы с тематикой, близкой к вашим ключевым словам.
4. На веб-странице, где ваше объявление, скорее всего, окупится (это определяет функция автоматической оптимизации ставок).

9. Какой показатель позволяет определить, насколько часто клики приводили к конверсиям?

1. CTR.
2. Клики с конверсиями.+
3. Коэффициент конверсии.
4. Цена за конверсию.

10. Как добавление места размещения в группу объявлений влияет на показатель качества?

1. Улучшает показатель качества в поисковой сети.
2. Не влияет на показатель качества в поисковой сети.+
3. Улучшает показатель качества в Google.
4. Ухудшает показатель качества в поисковой сети.