ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра прикладной информатики и высшей математики

Б1.В.ДВ.05.01

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина	SEO-продвижение и сопровождение программных продуктов
По направлению подготовки	*09.03.03*
	«Прикладная информатика»
Профиль (программа бакалавриата)	*«*Разработка и управление web-контентом*»*
Форма обучения	*Очно-заочная*

Оценочные материалы (средства) дисциплины рассмотрены (актуализированы) и утверждены на заседании кафедры прикладной информатики и высшей математики

Протокол заседания № 10 от «25» мая 2026 г.

Заведующий кафедрой *Стрекалова Наталья Борисовна*

2022

Оглавление

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 5
3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 11
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНОВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ 14
5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ 23
6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ 24

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы (средства) сформированы в соответствии с ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 № 922 (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020, 08.02.2021). В соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы «Разработка и управление web-контентом» (уровень бакалавриата) в процессе обучения по дисциплине «SEO-продвижение и сопровождение программных продуктов» происходит формирование закрепленных за дисциплиной компетенций обучающихся. Оценка сформированности компетенций на каждом этапе обучения происходит через оценку планируемых результатов обучения по дисциплине (знаний, умений, навыков).

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этапы формирования компетенции (семестры и темы)	Оценочные средства
ПК-1 - Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку web-приложения	ПК 1.3 - Разрабатывает технические спецификации на web-ресурсы	**Знать:** - основы поисковой оптимизации; - основы интернет-маркетинга; **Уметь:** - применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта; **Владеть:** - навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; - навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний;	Тема 1.1 Юзабилити. Контент интернет-ресурса Тема 1.2 Основы поисковой оптимизации Тема 1.3 Инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции Тема 2.1 Введение в интернет-маркетинг Тема 2.3 Методы интернет-маркетинга для продвижения сайта Лабораторная работа № 1 «Сбор internet-статистики посещаемости сайта» Лабораторная работа № 2 «Создание семантического ядра» Лабораторная работа № 3 «Использование сервисов для формирования статистики посещений веб-сайтов» Лабораторная работа № 4 «Использование сервисов для веб-аналитики сайтов и электронной коммерции» Лабораторная работа № 5 «Использование методов Интернет-маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах» Лабораторная работа № 6 «Проведение технического анализа сайта» Лабораторная работа № 7 «Оптимизация и поисковый аудит.	- устный опрос по темам 1.1, 1.2, 2.1, 2.3 - выступление с докладом-презентацией по теме 1.3 - проверка отчета по лабораторным работам 1-7

			Ссылки»	
ПК-2 - Способен проектировать web-приложения	ПК 2.4 - Проводит анализ рынка программно-технических средств в цифровой среде и осуществляет выбор средств для разработки web-приложения	**Знать:** - инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции **Уметь:** - анализировать посещаемость сайта; **Владеть:** - навыками формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам - навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта;	Тема 1.3 Инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции Тема 2.2 Методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта Лабораторная работа № 3 «Использование сервисов для формирования статистики посещений веб-сайтов» Лабораторная работа № 4 «Использование сервисов для веб-аналитики сайтов и электронной коммерции» Лабораторная работа № 6 «Проведение технического анализа сайта»	- выступление с докладом-презентацией по теме 1.3 - устный опрос по темам 2.2 - проверка отчета по лабораторным работам 3,4,6
ПК-5 - Способен обеспечивать качество работы web-приложения	ПК 5.3 - Осуществляет работы по интеграционному тестированию web-приложения с внешним цифровым окружением	**Знать:** - методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; - методы интернет-маркетинга для продвижения сайта; **Уметь:** - применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; - применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта; **Владеть:** - навыками проведения технического анализа сайта; - навыками проведения оптимизации и поискового аудита; - навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта	Тема 2.2 Методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта Лабораторная работа № 1 «Сбор internet-статистики посещаемости сайта» Лабораторная работа № 2 «Создание семантического ядра» Лабораторная работа № 3 «Использование сервисов для формирования статистики посещений веб-сайтов» Лабораторная работа № 4 «Использование сервисов для веб-аналитики сайтов и электронной коммерции» Лабораторная работа № 5 «Использование методов Интернет-маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах» Лабораторная работа № 6 «Проведение технического анализа сайта» Лабораторная работа № 7 «Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки»	- устный опрос по теме 2.2 - проверка отчета по лабораторным работам 1-7

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Устные опросы

Примерный список для устного опроса по теме 1.1 «Юзабилити. Контент интернет-ресурса»:

1. Понятие и назначение уникального контента для продвижения сайтов.
2. Понятие структуры сайта и правила её оптимизации.
3. Возможные причины, по которым посетители покидают сайт.
4. Понятие и назначение юзабилити для сайта.
5. Зависимость конверсии от уникальности дизайна.
6. Влияние уникального дизайна на продвижение.
7. «SMO – социальное продвижение».
8. Типы социальных сетей и их использование в интернет-маркетинге.

Примерный список для устного опроса по теме 1.2 «Основы поисковой оптимизации»:

1. Понятие SEO или поисковой оптимизации.
2. Поисковые системы и основные факторы, влияющие на поисковую выдачу.
3. Достоинства и недостатки поисковой оптимизации как маркетингового хода.
4. Методы управления индексацией сайта поисковой системой.
5. Типы и виды инструментария для оптимизации сайта.
6. Технические ошибки оптимизации сайтов.
7. «Внутренняя и внешняя оптимизация сайта».
8. Обзор инструментов (OpenSiteExplorer, Moz Link Analysis и Backlink History, и т.д.) для анализа внешних ссылок.
9. Основные понятия, отличия, примеры, назначение и виды поисковых запросов.

Примерный список для устного опроса по теме 2.1 «Введение в интернет-маркетинг»:

1. Определение и основные понятия Интернет-маркетинга.
2. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи.
3. Преимущества интернет-маркетинга и интернет-рекламы.
4. Методы получения и анализа информации Интернет-маркетинга.
5. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете.
6. Конкурентная разведка в Интернете.

7. Понятие бенчмаркинга.

Примерный список для устного опроса по теме 2.2 «Методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта»:

1. Методы идентификации пользователей (посетителей): по IP-адресу компьютера посетителя.
2. Методы идентификации пользователей (посетителей): по файлам cookies.
3. Методы идентификации пользователей (посетителей): при обязательной регистрации пользователей.
4. Понятие счетчик посещений.
5. Анализ посещаемости сайта, при помощи анализа лог-файлов сервера, на котором расположен сайт.
6. Методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта.
7. Типы поведения посетителей Интернет-магазинов.

Примерный список для устного опроса по теме 2.3 «Методы интернет-маркетинга для продвижения сайта»:

1. Баннерная реклама.
2. E-mail маркетинг.
3. Аффилиативный или партнерский маркетинг.
4. Скрытый маркетинг.
5. Прямой маркетинг.
6. Вирусный маркетинг.
7. Мобильный маркетинг или скрытый маркетинг.
8. Понятия контекстной рекламы.
9. Поведенческая реклама, ретаргетинг.

Критерии оценивания устного опроса:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов, активно дополнял ответы других обучающихся или задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов или ответил кратко на ряд вопросов;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если он кратко ответил на один из задаваемых вопросов или просто дополнял ответы других обучающихся, задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если он не смог ответить правильно на заданный вопрос, либо не отвечал на вопросы и не участвовал в их обсуждении.

Лабораторные работы

Лабораторная работа № 1 «Сбор internet-статистики посещаемости сайта»

Задание: Провести сбор internet-статистики посещаемости сайта по предложенному алгоритму (при помощи установки кодов различных счетчиков, лог-файлов сервера cookies пользователя и на всех страницах сайта). Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 2 «Создание семантического ядра»

Задание: создать семантическое ядро web-приложения с помощью методики создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта на различных ресурсах. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, уникальные ключевые слова или словосочетания подобраны, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 3 «Использование сервисов для формирования статистики посещений веб-сайтов»

Задание: Продемонстрировать результат использования различных сервисов для формирования статистики посещений веб-сайтов. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 4 «Использование сервисов для веб-аналитики сайтов и электронной коммерции»

Задание: Продемонстрировать результат использования различных сервисов для веб-аналитики сайтов и электронной коммерции. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание выполнено фрагментарно, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 5 «Использование методов Интернет-маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах»

Задание: Продемонстрировать результат использования методов Интернет-маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если было выполнено фрагментарно, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 6 «Проведение технического анализа сайта»

Задание: изучить практические примеры и провести технический анализ сайта по предложенным методикам. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, технический анализ проведен на различных ресурсах, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, технический анализ проведен на различных ресурсах, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание по техническому анализу сайта было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 7 «Оптимизация и поисковый аудит. Ссылки»

Задание: провести оптимизацию и поисковый аудит с помощью различных ресурсов (Etxt, Антиплагиат.ru, text.ru), провести анализ ссылочной составляющей сайта по предложенным методикам. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;

- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Подготовка и выступление с докладом-презентацией

Примерные темы для подготовки докладов

*по теме «*Инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции*»*

1. Roistat (Ройстат) — сервис сквозной аналитики с CRM-системой.
2. Canecto – сервис по запросам пользователей (продажи, конверсия, расходы и т.д.).
3. Mixpanel.com - сервис для углубленной информации о вовлеченности и удержании пользователей.
4. Kissmertics - сервис для углубленного изучения поведения пользователей.
5. Open Web Analytics (Оупенсорс) - сервис для аналитики для работы на любом хостинге.
6. GoingUp! – сервис, совмещающий SEO-инструменты и веб-аналитику.
7. Click.ru – сервис-помощник для анализа и контроля контекстной и таргетированной рекламы.
8. NetpeakSpider - инструмент для сканирования сайта.

Требования к презентации:

1. Доклад не должен занимать более 15 минут.
2. На слайдах должны быть представлены ключевые моменты выступления, необходимые форматы и программный код. Приветствуются графические схемы.
3. Текст на слады выносить в минимальном объеме, а его размер должен обеспечивать хорошую читаемость слайдов.
4. Презентация должна дополнять доклад.

Критерии оценивая доклада-презентации:

- оценка «*отлично*» выставляется обучающемуся, если доклад-презентация полностью раскрывает тему, структура презентации логично выстроена, обучающийся хорошо ориентируется в материале и текст доклада, в основном, рассказывает (а не читает), отвечает на дополнительные вопросы; сопровождающая доклад презентация выполнена в соответствии с требованиями и дополняет доклад, докладчик уложился в регламент;
- оценка «*хорошо*» выставляется обучающемуся, если доклад-презентация в целом раскрывает тему, но остаются не освещенные стороны вопросы, не на все дополнительные вопросы обучающийся может дать ответ; структура презентации логично выстроена, текст доклада обучающийся, в основном, рассказывает (а не читает); презентация выполнена в соответствии с

требованиями, но есть ряд замечаний по ее оформлению, доклад и презентация дополняют друг друга, докладчик уложился в регламент;

- оценка «*удовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если его доклад-презентация не раскрывает тему в достаточной мере, не отвечает на дополнительные вопросы; к оформлению презентации есть много замечаний; презентация выполнена не по требованиям, доклад дублирует презентацию, а не дополняет ее, обучающийся не укладывается в регламент или наоборот;
- оценка «*неудовлетворительно*» выставляется обучающемуся, если доклад-презентация отсутствует или совсем не раскрывает тему, не соответствует требованиям, обучающийся не может ответить на дополнительные вопросы.

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Список вопросов для подготовки к экзамену

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку Web-приложения

Индикатор ПК-1.3. Разрабатывает технические спецификации на web-ресурсы

Обучающийся знает: основы поисковой оптимизации; основы интернет-маркетинга.

1. Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы
2. Внешняя оптимизация. Общие положения и методы
3. Бесплатная внешняя оптимизация сайта
4. Виды поисковых запросов: низкочастотные, среднечастотные, высокочастотные и long tail запросы
5. Ключевые слова для продвижения сайта
6. Семантическое ядро сайта
7. Перелинковка сайта.
8. Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама.
9. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.
10. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.

Компетенция ПК-2 - Способен проектировать web-приложения

Индикатор ПК-2.4 - Проводит анализ рынка программно-технических средств в цифровой среде и осуществляет выбор средств для разработки web-приложения

Обучающийся знает: инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции

1. Основные понятия, связанные с баннерной рекламой объекта рынка.

2. Методы SEO-оптимизации.
3. Черное SEO.
4. Блоги и блогосфера.
5. Причины, по которым посетители могут покидать сайт.
6. Влияние уникального дизайна на продвижение сайта.
7. Работа с внутренней оптимизацией.
8. Внешнее окружение и его значение для сайта.
9. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.

Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы Web-приложения

Индикатор ПК-5.3 - Осуществляет работы по интеграционному тестированию web-приложения с внешним цифровым окружением**.**

Обучающийся знает: основы интернет-маркетинга; методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методы интернет-маркетинга для продвижения сайта

1. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
2. Оценка эффективности продвижения в социальных сетях.
3. Оценка эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем.
4. Оценка эффективности продвижения в системах контекстной рекламы.
5. Оценка эффективности баннерной рекламы.
6. Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
7. Понятие информации, положительно направленных и отрицательно направленных информационных полей. Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.
8. Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет-магазинов.
9. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.
10. Виджеты для мобильных устройств.
11. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
12. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
13. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
14. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
15. Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
16. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
17. Контекстная реклама. Преимущества и недостатки данного вида продвижения. Источники, критерии эффективности.

18. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
19. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
20. Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.
21. Регистрация каталога. Работы по инструментарию Google Analytics и Яндекс метрика.
22. Контекстная реклама
23. Поисковый маркетинг
24. E-mail маркетинг
25. Аффилиативный или партнерский маркетинг
26. Определение и основные понятия Интернет-маркетинга
27. Комплекс Интернет-маркетинга. Конвергенция элементов
28. комплекса маркетинга
29. Особенности и преимущества Интернет-маркетинга
30. Модели поведения посетителей сайтов
31. Классификация по степени посещаемости
32. Типы поведения посетителей Интернет-магазинов

ОЦЕНКА УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку Web-приложения

Индикатор ПК-1.3. Разрабатывает технические спецификации на web-ресурсы

Обучающийся умеет: применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта.

Обучающийся владеет: навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний.

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов, а также по результатам выступления с докладом-презентацией.

Компетенция ПК-2 - Способен проектировать web-приложения

Индикатор ПК 2.4 - Проводит анализ рынка программно-технических средств в цифровой среде и осуществляет выбор средств для разработки web-приложения

Обучающийся умеет: анализировать посещаемость сайта

Обучающийся владеет: навыками формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам

навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта

Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы Web-приложения

Индикатор ПК 5.3 - Осуществляет работы по интеграционному тестированию web-приложения с внешним цифровым окружением**.**

Обучающийся умеет: применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта

Обучающийся владеет: навыками проведения технического анализа сайта; навыками проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНОВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен, проводимый в форме устного ответа на теоретический вопрос. При выставлении итоговой оценки по дисциплине учитываются результаты текущего контроля, отражающего сформированность практических умений и навыков обучающегося. Во время обучения обучающиеся участвуют в разных мероприятиях текущего контроля: участвуют в устных теоретических опросах, выполняют лабораторные работы, выступает с докладом-презентацией. Для допуска к экзамену обучающемуся необходимо выполнить все лабораторные работы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку Web-приложения Индикатор ПК 1.3 - Разрабатывает технические спецификации на web-ресурсы					
Знать: основы поисковой	Не знает	Фрагментарные знания основ	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие	Сформированные систематизир

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
оптимизации; инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции		поисковой оптимизации; инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	основ поисковой оптимизации; инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	отдельные пробелы знания основ поисковой оптимизации; инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	ованные прочные знания основ поисковой оптимизации; инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции
Уметь: анализировать посещаемость сайта; применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта	Не умеет	Частично освоенные умения анализировать посещаемость сайта; применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения анализировать посещаемость сайта; применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения анализировать посещаемость сайта; применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения анализировать посещаемость сайта; применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
Владеть: навыками формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно выполняемые навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
			сайта	сайта	аудитории сайта
Компетенция ПК-2 - Способен проектировать web-приложения Индикатор ПК 2.4 - Проводит анализ рынка программно-технических средств в цифровой среде и осуществляет выбор средств для разработки web-приложения					
Знать: инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	Не знает	Фрагментарные знания инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	Общие, но не структурированные знания инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции	Сформированные систематизированные прочные знания инструментов формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции
Уметь: анализировать посещаемость сайта	Не умеет	Частично освоенные умения анализировать посещаемость сайта	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения анализировать посещаемость сайта	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения анализировать посещаемость сайта	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения анализировать посещаемость сайта
Владеть: - навыками формирования	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки формировани	В целом сформированные, но выполняемые	Сформированные, но не устойчивые в сложных	Успешно сформированные, устойчивые,

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта;		я индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта	на элементарном уровне навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта	ситуациях навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта	технологически грамотно выполняемые навыки формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта
Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы Web-приложения Индикатор ПК 5.3 - Осуществляет работы по интеграционному тестированию web-приложения					

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
с внешним цифровым окружением					
Знать: методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методы интернет-маркетинга для продвижения сайта	Не знает	Фрагментарные знания методов получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методов интернет-маркетинга для продвижения сайта	Общие, но не структурированные знания методов получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методов интернет-маркетинга для продвижения сайта	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания методов получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методов интернет-маркетинга для продвижения сайта	Сформированные систематизированные прочные знания методов получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методов интернет-маркетинга для продвижения сайта
Уметь: применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта	Не умеет	Частично освоенные умения применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
			сайта	продвижения сайта	
Владеть: навыками проведения технического анализа сайта; навыками проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки проведения технического анализа сайта; проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки проведения технического анализа сайта; проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки проведения технического анализа сайта; проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно выполняемые навыки проведения технического анализа сайта; проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Критерии оценивания для экзамена:

При выставлении итоговой оценки за дисциплину необходимо учитывать результаты текущего контроля и критерии оценивания сформированности компетенций.

Оценка «**отлично**» выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос были продемонстрированы глубокие, систематизированные и прочные знания (в соответствии с критериями сформированности компетенций), умения логично и обоснованно излагать материал, быстро ориентироваться в дополнительных вопросах и давать полные ответы;
- лабораторные работы выполнены с незначительными замечаниями и в полном соответствии с требованиями на оценку «отлично», обучающийся в работе продемонстрировал устойчивые навыки работы и осознанно исполняемые действия поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов, способность демонстрировать различные методики при работе с web-приложениями и обосновывать свои действия;

- во время сдачи лабораторных работ обучающийся логически стройно, доходчиво и грамотно продемонстрировал проведенную работу, отчет оформлен аккуратно и по требованиям, полно и доступно отвечал на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал во всех видах текущего контроля и получал по ним максимальные баллы (допустимо отдельные отметки «хорошо»).

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на высоком уровне.

Оценка «**хорошо**» выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано хорошее, но недостаточно полное изложение материала, с отдельными пробелами в знаниях (возможно, незначительными неточностями в употреблении терминов), логичное изложение материала, но недостаточно быстрая ориентация в нем при ответе на дополнительные вопросы;
- лабораторные работы выполнены на оценку «отлично» или «хорошо» (с незначительными замечаниями и/или ошибками), обучающийся продемонстрировал хорошие навыки работы поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов, способность демонстрировать различные методики при работе с web-приложениями и обосновывать свои действия;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся достаточно подробно продемонстрировал различные методики при работе с web-приложениями и обосновывать свои действия, доступно отвечал на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал во всех видах текущего контроля и получал по ним в основном отметки «хорошо».

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на хорошем уровне.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано поверхностное владение материалом и фрагментарные знания, отсутствие стройного и логично выстроенного ответа, затруднение в употреблении терминов и приведении примеров, плохая ориентация в материале при ответе на дополнительные вопросы;
- практические задания выполнены на оценку «хорошо» или «удовлетворительно» (с ошибками и замечаниями), с отклонениями от требований, обучающийся затруднялся в объяснении применяемых методик поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся невнятно представлял различные методики при работе с web-приложениями, не смог ответить на все дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал не во всех мероприятиях текущего контроля и получал по ним в основном удовлетворительные отметки.

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на низком уровне.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано незнание значительного объема материала, «фрагментарность имеющихся знаний, отсутствие стройного и логично выстроенного ответа, затруднение в употреблении терминов и приведении примеров, неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения, неспособность отвечать на дополнительные вопросы;
- лабораторные работы выполнены на оценку «удовлетворительно» со значительными отклонениями от требований, с грубыми ошибками и множеством замечаний, обучающийся

продемонстрировал частично сформированные навыки работы, затрудняется в объяснении применяемых методик поисковой оптимизации и сопровождению программных продуктов, не способен внести коррективы в работу;

- во время сдачи лабораторных работ обучающийся представлял отчет по выполненной работе частично, без подробностей, не смог ответить на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал не во всех мероприятиях текущего контроля и получал по ним в основном удовлетворительные отметки.

Все вышеперечисленное говорит о частичной сформированности запланированных компетенций.

5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Компетенция ПК-1 Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку web-приложения.

Обучающийся знает: основы поисковой оптимизации; основы интернет-маркетинга.

Обучающийся умеет: применять инструментария для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта.

Обучающийся владеет: навыками составления подробной карты кликов пользователя, анализа глубины просмотров сайта и времени; навыками оценки эффективности проводимых рекламных и маркетинговых кампаний.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Задание 1. Уникальный контент – это:

а) видео, аудио, изображение или текст, которые нигде не публиковались ранее

б) текст, который публиковался ранее, но не прошел индексацию

в) текст, который нигде не публиковался ранее

Ответ: а.

Задание 2. Структура сайта – это:

а) это иерархия разделов, подразделов и страниц, на которых располагается размещенный на нем контент

б) это список страниц с контентом

в) перечень разделов сайта без страниц с контентом.

Ответ: а.

Задание 3. Выберите верное утверждение:

а) Количество страниц в идеале должно постоянно и постепенно расти

б) Постоянное увеличение количества контента и увеличивающееся количество страниц не является для поисковиков поводом для более частой индексации и «положительной характеристикой» ресурса.

в) Оптимизацию структуры необходимо производить еще до начала продвижения

г) По конкурентным запросам проще всего продвинуть сайт, у которого не более 20-ти страниц.

Ответ: а, в.

Задание 4. Юзабилити — это:

а) показатель того, насколько легко и удобно пользователю взаимодействовать с интерфейсом сайта

б) интерфейс, обеспечивающий передачу информации между пользователем-человеком и программно-аппаратными компонентами компьютерной системы

в) система средств для взаимодействия пользователя с электронными устройствами, основанная на представлении всех доступных пользователю системных объектов и функций в виде графических компонентов экрана

Ответ: а.

Задание 5. Выберите верное утверждение:

а) Конверсия - отношение числа посетителей, совершивших какое-либо запланированное действие на сайте, к общему числу посетителей сайта

б) Целевой визит — это визит, в ходе которого была достигнута цель (или несколько целей) один и/или более раз

в) Целевой посетитель — это посетитель, который совершил целевой визит.
Ответ: а, б, в.

Задание 6. Выберите верное утверждение:
а) Уникальность дизайна не влияет на ранжирование сайта в поисковых системах
б) Уникальность дизайна влияет на ранжирование сайта в поисковых системах
Ответ: б.

Задание 7. Какой вид оптимизации направлен на оптимизацию сайта под социальные сети?
а) SEO
б) SMO
в) SMM
Ответ: б.

Задание 8. Влияет ли наличие адаптивной версии сайта на ранжирование в поисковой системе?
а) Да
б) Нет
Ответ: а.

Задание 9. Карта кликов:
а) Позволяет измерить и отобразить статистику по кликам
б) Не отображает статистику по кликам
в) Помогает оценивать юзабилити сайта
Ответ: а, в.

Задание 10. Витальный запрос – это?
а) Запрос, по которому нет выдачи в поисковой системе
б) Запрос, по которому в выдаче не содержится коммерческих ресурсов
в) Запрос, указывающий на бренд которому соответствует официальный сайт
Ответ: в.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)

Задание 1. Впишите название структуры сайта:
_____ структура – последовательное представление информации. Пользователь открывает одну страницу за другой, постепенно знакомясь с представленной на них информацией. Стандартная навигация для таких сайтов-книг – это переход на главную, предыдущую или следующую страницы. У линейной структуры может быть несколько ответвлений от главной страницы.
_____ структура – в данном случае строится иерархия, в которой от главной страницы пользователь переходит к разделам. К любому разделу могут быть открыты подразделы, к ним – также свои подразделения следующего уровня, а также конечные внутренние страницы.
_____ структура – похожа на предыдущую, но представляет собой более сложный вариант, когда из любого раздела, с любой страницы можно перейти в любую часть сайта, в совершенно другие ветки.
Ответ: линейная, древовидная, решетчатая

Задание 2. При помощи какого аудита можно улучшить сайт, сделать пользователей более лояльными и перевести их в постоянных клиентов?
Ответ: юзабилити (UX)

Задание 3. Назовите три глобальные цели интернет-маркетинга.
Ответ: увеличение продаж существующих товаров или услуг, продвижение принципиально

нового товара или услуги, повышение узнаваемости и лояльности к бренду/компании.

Задание 4. Впишите название инструмента продвижения:
_____ - комплекс мероприятий, направленный на увеличение посещаемости сайта его целевой аудиторией с помощью поисковых машин
_____ - вид объявлений на веб-странице. Подразумевает продвижение товаров или услуг при помощи изображений
_____ - это системное продвижение продуктов компании с помощью электронных писем, которые отправляются только с разрешения подписчиков
Ответ: поисковый маркетинг, баннерная реклама, Email-маркетинг

Задание 5. Соотнесите термин и его определение:
_____ - это техническое средство, с помощью которого пользователь интернета может найти данные, уже размещенные в сети
_____ - это наилучшее соответствие интересам пользователей, ищущих информацию
_____ - это процесс упорядочивания найденных результатов по их релевантности
Ответ: поисковая система, релевантность, ранжирование

Задание 6. Для чего нужно семантическое ядро сайта и как его использовать?
Ответ: на его основе создаются структура сайта, ключи из семантики используются для написания текстов для тематических страниц.

Задание 7. Какие существуют виды частотности ключевых слов?
Ответ: высокочастотные, среднечастотные, низкочастотные

Задание 8. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом?
Ответ: нет

Задание 9. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?
Ответ: поисковая оптимизация

Задание 10. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в Интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее регистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга?
Ответ: ru

Задание 11. Какой показатель контекстной рекламы характеризует работу рекламного агентства, если оно обязано только качественно настроить кампанию на стороне системы контекстной рекламы?
Ответ: CTR

Задание 12. Контент, который был создан, опубликован и/или отправлен аудиторией того или иного бренда – это?
Ответ: UGC

Задание 13. По какой формуле можно посчитать CTR?
Ответ: CTR = (количество кликов / количество показов) * 100%

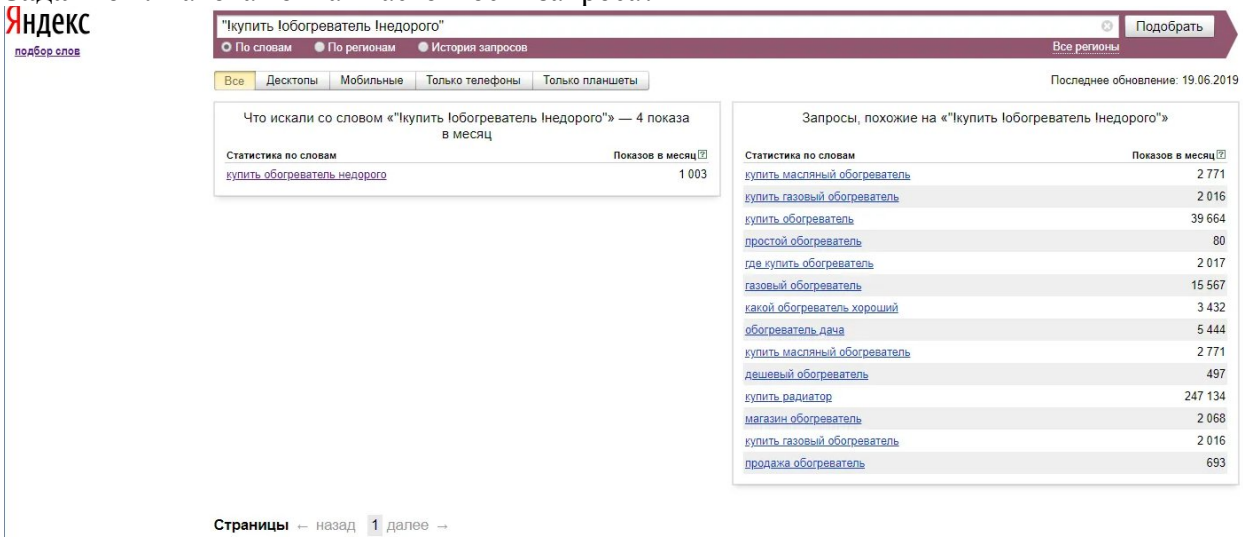
Задание 14. Набор методик, которые позволяют изучить опыт конкурентов и внедрить лучшие практики в своей компании – это?
Ответ: бенчмарктеинг

Задание 15. Какие существуют виды бенчмаркинга?
Ответ: сравнительный анализ, практический анализ, внутренний анализ, внешний анализ

Компетенция ПК-2 Способен проектировать web-приложения.
Обучающийся знает: инструменты формирования статистики посещений веб-сайтов, веб-аналитики для сайтов и электронной коммерции.
Обучающийся умеет: анализировать посещаемость сайта.
Обучающийся владеет: навыками формирования индивидуальных аналитических отчетов на основе данных, собранных системами по сайтам; навыками выделения и анализа всевозможных характеристик целевой аудитории сайта.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Задание 1. Какова точная частотность запроса?



а) 4
б) 497
в) 693
Ответ: а.

Задание 2. Какое значение наиболее достоверно отражает возраст страницы в индексе Яндекса?
а) Значение <modtime> в ответе Яндекс.XML для данной страницы
б) Дата сохраненной копии страницы в Яндексе
в) Значение created в WHOIS-данных домена
г) Дата первого обнаружения страницы по web.archive.org
Ответ: а.

Задание 3. На что указывает директива Host в robots.txt?
а) Директива не используется
б) Главное зеркало в Яндексе
в) Главное зеркало в Google
г) Главное зеркало в Mail
Ответ: г.

Задание 4. Согласно заявлениям поисковых систем meta-keywords используется в ранжировании?

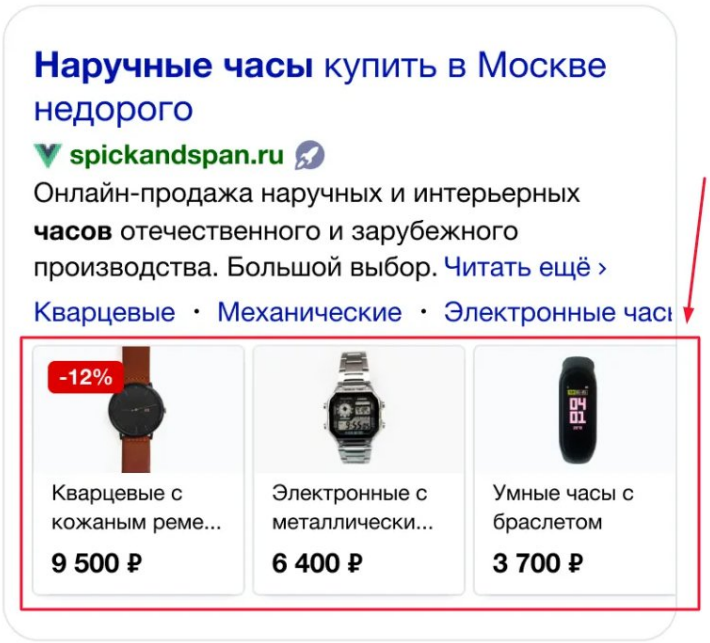
а) Да
б) Нет
в) Нет в Google, может в Яндексе
г) Нет в Яндексе, может в Google
Ответ: в.

Задание 5. Как можно ускорить индексацию новой страницы на сайте в Яндексе?
а) Добавить в инструмент «Переобход страниц»
б) Добавить в sitemap.xml
в) Разместить сквозную ссылку на новую страницу
г) Все вышеперечисленное
Ответ: г.

Задание 6. Каким образом может повлиять реклама в Яндекс.Директ на SEO сайта в Яндексе?
а) Увеличить ТИЦ сайта
б) Присвоить дополнительные регионы
в) Улучшить или ухудшить поведенческие факторы
г) Платная реклама не влияет на SEO
Ответ: в.

Задание 7. Кластеризация – это
а) Создание множества однотипных страниц на сайте для охвата НЧ-запросов
б) Процесс обхода поисковым роботом страниц сайта
в) Процесс «расклейки» аффилиатов
г) Распределение ключевых слов по посадочным страницам
Ответ: г.

Задание 8. Вопрос-картинка: каким образом тут появились эти элементы?



а) Использована микроразметка Schema.org
б) Использована микроразметка Open Graph
в) Подключена технология «Турбо»
г) Автоматически на основе данных страницы
Ответ: в.

Задание 9. Что такое монолитный индекс?
а) Весь текстовый контент на странице без сквозных элементов навигации и верстки

৳) Сумма текста на странице и анкоров входящих на него ссылок
৩) Актуальная совокупность всех известных поисковому роботу страниц
৫) Индекс поисковой системы, из которого исключено влияние персонализирующих факторов
Ответ: б.

Задание 10. Что можно проверить с помощью инструмента Google Search Console?
৩) Индексирование ресурса в Google
৳) Позиции ресурса в Google
৩) Внешние ссылки на ресурс по данным Google
৫) Все вышеперечисленное
Ответ: г.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)

Задание 1. Главную страницу сайта посетили дважды: в 7 часов утра и в 22 часа вечера. При этом первый визит был совершен с ПК, а второй – с мобильного устройства, но на обоих был совершен вход в один и тот же аккаунта Яндекса. Сколько посетителей, визитов, просмотров отразится в Метрике?
Ответ: 2 посетителя, 2 визита, 2 просмотра

Задание 2. Какой параметр в URL-адресе результатов поиска Яндекса указывает на регион поиска?
Ответ: ?lr=

Задание 3. В чем основное проявление аффилированности сайтов в Яндексе?
Ответ: по одному запросу в ТОП-10 может быть показан только один из группы аффилированных сайтов

Задание 4. На странице пагинации в интернет-магазине https://example.ru/televizory/?page=2 указан каноническим адрес https://example.ru/televizory/. Будет ли проиндексирована страница https://example.ru/televizory/?page=2 (при отсутствии других запретов или разрешений)?
Ответ: Неизвестно, т.к. canonical является рекомендацией для поисковых систем индексировать только каноническую страницу из группы схожих.

Задание 5. Перечислите режимы отображения карты кликов (Яндекс.Метрика)
Ответ: тепловая карта, монохромная карта, клики по ссылкам и кнопкам, карта прозрачности, карта элементов

Задание 6. Графический модуль, который содержит краткую статистическую информацию о сайте и его посетителях – это?
Ответ: виджет

Задание 7. Сопоставьте термин с определением

Внешняя ссылка	Переход, совершенный посетителем с вашего сайта на какой-либо другой сайт по внешней ссылке
Глубина просмотра	Ссылка, которая размещена на вашем сайте и ведет на сторонний сайт
Внешний переход	Количество просмотров страниц сайта в одном визите

Ответ:

Внешний переход	Переход, совершенный посетителем с вашего сайта на какой-либо другой сайт по внешней ссылке

Внешняя ссылка	Ссылка, которая размещена на вашем сайте и ведет на сторонний сайт
Глубина просмотра	Количество просмотров страниц сайта в одном визите

Задание 8. Из каких этапов состоит загрузка страницы?
Ответ: обработка запросов к DNS; обработка редиректов; подключение к серверу; ответ сервера; обработка HTML

Задание 9. Сопоставьте термин с определением

Метка	Уникальный номер, однозначно идентифицирующий связанное со счетчиком хранилище данных.
Метрика	Параметр URL, который обрабатывается Метрикой по специальному алгоритму. Он не отображается в отчете Параметры URL, а по умолчанию отображается в специальных отчетах. Это позволяет создавать более понятные и глубокие аналитические срезы.
Номер счетчика	Числовая величина, которая рассчитывается на основе атрибута визита или просмотра. Эта величина может быть общей или средней. Например, просмотры рассчитываются как сумма значений, глубина просмотра — как среднее значение.

Ответ:

Метка	Параметр URL, который обрабатывается Метрикой по специальному алгоритму. Он не отображается в отчете Параметры URL, а по умолчанию отображается в специальных отчетах. Это позволяет создавать более понятные и глубокие аналитические срезы.
Метрика	Числовая величина, которая рассчитывается на основе атрибута визита или просмотра. Эта величина может быть общей или средней. Например, просмотры рассчитываются как сумма значений, глубина просмотра — как среднее значение.
Номер счетчика	Уникальный номер, однозначно идентифицирующий связанное со счетчиком хранилище данных.

Задание 10. Можно ли изменить название счетчика в Яндекс.Метрике?
Ответ: нет

Задание 11. Что такое цель «Клик на позвонить» в настройках счетчика?
Ответ: с помощью этой цели Метрика отслеживает нажатие на номер телефона в карточке организации

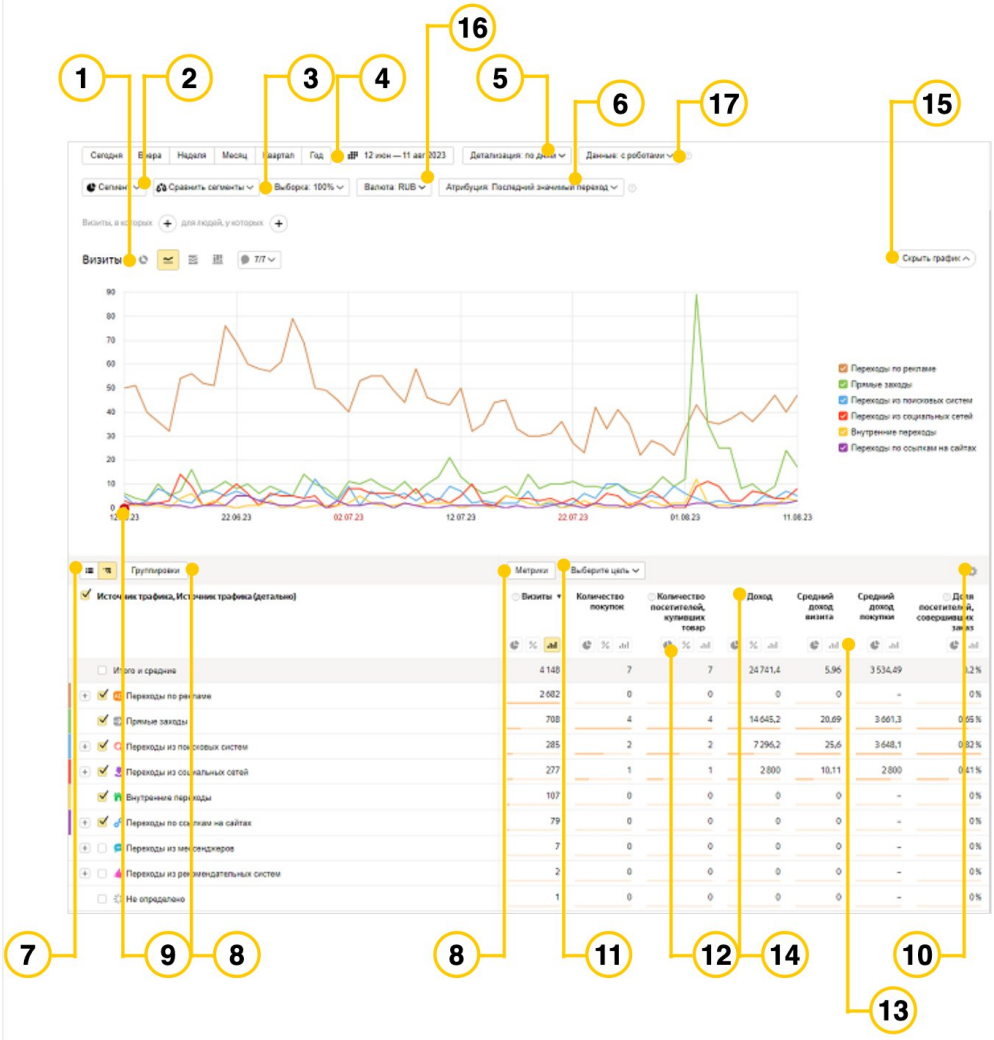
Задание 12. Сопоставьте термин с определением

Цель	Действие посетителя, в котором заинтересован владелец сайта: просмотр определенного количества страниц, посещение конкретной страницы, нажатие кнопки, переход по ссылке, оплата заказа и т. д.
Целевой посетитель	Отношение количества целевых визитов к общему числу визитов
Конверсия	Посетитель, который выполнил условие, заданное в параметрах цели.

Ответ:

Цель	Действие посетителя, в котором заинтересован владелец сайта: просмотр определенного количества страниц, посещение конкретной страницы, нажатие кнопки, переход по ссылке, оплата заказа и т. д.
Целевой посетитель	Посетитель, который выполнил условие, заданное в параметрах цели.
Конверсия	Отношение количества целевых визитов к общему числу визитов

Задание 13. Подпишите инструменты, с помощью которых можно настроить вид отчета



Ответ:

1. Виды диаграмм
2. Сегментация
3. Выборка
4. Период отчета
5. Детализация данных по времени
6. Модели атрибуции
7. Отображение данных в таблице
8. Группировки и метрики
9. Примечания на графике
10. Достоверность данных
11. Выбор цели
12. Уточнение числовых показателей
13. Отображение данных на диаграмме
14. Сортировка данных по показателю

15. Скрытие диаграммы
16. Валюта
17. Отслеживания доли роботов в трафике

Задание 14. Какой инструмент Яндекс.Метрики, предназначен для сайтов, активно использующих формы для заполнения?
Ответ: Аналитика форм

Задание 15. Какой отчет помогает определить путь посетителя с начала до завершения визита?
Ответ: отчет «Страницы входа»

Компетенция ПК-5 Способен обеспечивать качество работы web-приложения.
Обучающийся знает: методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; методы интернет-маркетинга для продвижения сайта.
Обучающийся умеет: применять методы получения статистических данных о поведении посетителей сайта; применять методы интернет-маркетинга для продвижения сайта.
Обучающийся владеет: навыками проведения технического анализа сайта; навыками проведения оптимизации и поискового аудита; навыками проведения работы по анализу ссылочной составляющей сайта.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Задание 1. В каких случаях оптимально использовать редирект с кодом ответа сервера 302 при продвижении сайта?
а) При смене URL продвигаемой страницы
б) При переезде на защищенный https-протокол
в) В обоих перечисленных случаях
г) Ни в одном из перечисленных случаев
Ответ: г.

Задание 2. Совокупность ссылок на сайт называют
а) Базой ссылок
б) Ссылочным профилем
Ответ: б.

Задание 3. В каком случае засчитается «Внутренний переход» в Яндекс.Метрике?
а) Переход пользователя с одной страницы сайта на другую
б) Переход пользователя с внешнего ресурса на страницу сайта
в) Переход пользователя со страницы сайта, на которой отсутствует счетчик Яндекс.Метрики
г) Переход пользователя со страницы сайта на внешний ресурс
Ответ: в.

Задание 4. Кластеризация – это?
а) Распределение ключевых слов по посадочным страницам
б) Процесс обхода поисковым роботом страницы сайта
в) Процесс «расклейки» аффилиатов
Ответ: а.

Задание 5. Что в Robots.txt запрещает индексировать документ doc.html в корне сайта

а) Disallow: *doc/*
б) Disallow: */doc*
Ответ: б.

Задание 6. Запрос «купить кондиционер в самаре» с большой долей вероятности является?
а) Геозависимым
б) Геонезависимым
в) Ни тем, ни другим
Ответ: б.

Задание 7. Каким способом можно выделить брендовый трафик из Google в Яндекс.Метрике?
а) Нет достоверных способов
б) Сегментированием по страницам входа в поисковой системе
в) Сегментированием по поисковым фразам вида *бренд*, *brand*
Ответ: а.

Задание 8. На борьбу с чем направлен DMCA-фильтр в Google?
а) Со спамом во внешних ссылках на сайт
б) Со спамом ключевых в текстовом контенте
в) С нарушением авторских прав на контент
Ответ: в.

Задание 9. Где взять базу для эффективной email-рассылки? Какой вариант даст самую заинтересованную и вовлеченную аудиторию?
а) Купить базу юридических/физических лиц
б) Заказать у программистов парсинг
в) Создать страницу с полезным лид-магнитом
Ответ: в.

Задание 10. Что самое важное при разработке темы для email-рассылки?
а) Добавить персонализацию (имя, компанию)
б) Креатив и импровизация
в) Использовать простые формулировки
г) Все из выше перечисленного
Ответ: а, в.

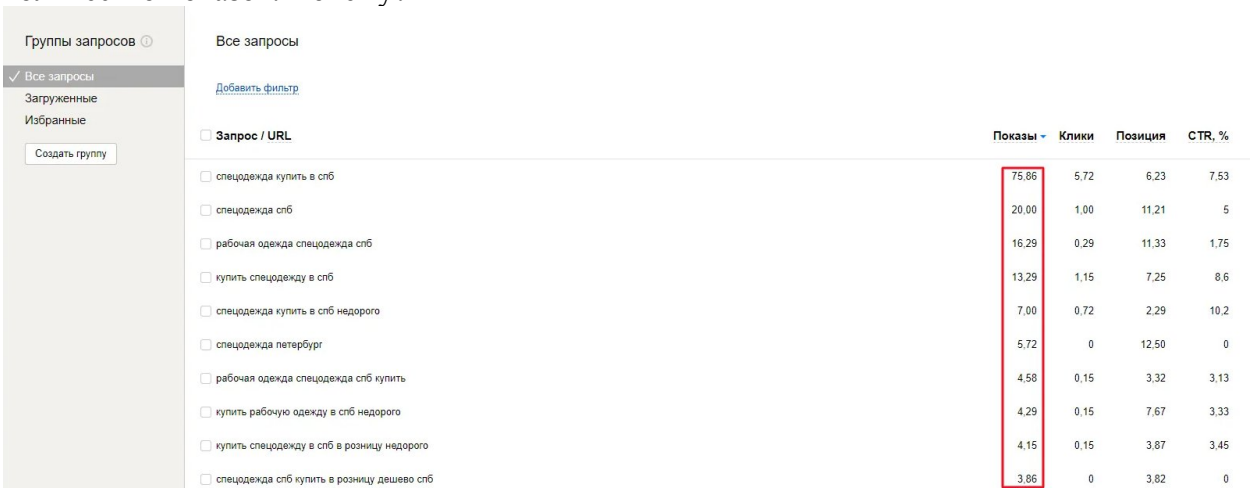
ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)

Задание 1. Соотнесите термин и его определение:
Cookies
Log
Метрика

позволяет получать детальную информацию о пользователях и отслеживать их действия на протяжении всего времени пребывания на сайте
технология, которая позволяет интернет-ресурсам «узнавать» браузер пользователя.
файлы содержат подробные записи о событиях и ошибках, которые происходят в приложении или системе.
Ответ: Cookies — технология, которая позволяет интернет-ресурсам «узнавать» браузер пользователя.
Log-файлы содержат подробные записи о событиях и ошибках, которые происходят в приложении или системе.
Метрика позволяет получать детальную информацию о пользователях и отслеживать их

действия на протяжении всего времени пребывания на сайте

Задание 2. В Яндекс.Вебмастере в отчете «Все запросы и группы» выводится нецелое количество показов. Почему?



Запрос / URL	Показы	Клики	Позиция	CTR, %
спецодежда купить в спб	75,86	5,72	6,23	7,53
спецодежда спб	20,00	1,00	11,21	5
рабочая одежда спецодежда спб	16,29	0,29	11,33	1,75
купить спецодежду в спб	13,29	1,15	7,25	8,6
спецодежда купить в спб недорого	7,00	0,72	2,29	10,2
спецодежда петербург	5,72	0	12,50	0
рабочая одежда спецодежда спб купить	4,58	0,15	3,32	3,13
купить рабочую одежду в спб недорого	4,29	0,15	7,67	3,33
купить спецодежду в спб в розницу недорого	4,15	0,15	3,87	3,45
спецодежда спб купить в розницу дешево спб	3,86	0	3,82	0

Ответ: система использует усредненные данные

Задание 3. Какой запрос к сервису Яндекс.Вордстат позволит получить статистику частотности ключевого слова с различной морфологией, но в искомом порядке слов?
Ответ: «[спб москва]»

Задание 4. Ключевые слова необходимо классифицировать для того, чтобы…
Ответ: выбрать запросы, которые стоит продвигать на одной странице

Задание 5. Что является признаком наложения хостового фильтра Баден-Баден?
Ответ: Признаком наложения хостового фильтра Баден-Баден может служить минус 20 позиций по всем запросам, исключая брендовые

Задание 6. Как можно увеличить поисковый трафик на сайт без изменения позиций в выдаче?
Ответ: Закупка внешних ссылок и оптимизация текстового контента могут увеличить трафик, но за счет изменения позиций в выдаче. Единственный способ увеличить трафик без изменения позиций - за счет увеличения CTR (кликабельности) сниппета.

Задание 7. Как часто рекомендуется отправлять рассылки в мессенджерах, чтобы снизить процент отписки?
Ответ: 1 – 2 раза в неделю

Задание 8. С помощью какого сервиса можно узнать, как раньше выглядел сайт наших конкурентов или любой другой сайт?
Ответ: archive.org

Задание 9. Что такое лид?
Ответ: потенциальный клиент/покупатель

Задание 10. Рассчитайте стоимость лида (CPL) с контекстной рекламы на основании представленных данных:

- Показы объявлений – 6364
- CTR – 8%
- CPC – 55 р.
- Количество лидов – 261

Ответ: 107 руб.

Задание 11. Влияет ли количество подписчиков у аккаунта на ранжирование сайта в поисковых системах?
Ответ: да, чем больше у аккаунта подписчиков — тем выше поисковые системы ранжируют сайт.

Задание 12. Направление маркетинга, основная цель которого — продвигать бренд через социальные сети – это?
Ответ: smm

Задание 13. В чем отличие SMO от SMM?
Ответ: SMO предполагает проведение работ по оптимизации только в пределах собственного сайта. SMM — это привлечение в целях продвижения сторонних интернет-ресурсов.

Задание 14. Какой сервис предлагает инструменты для отслеживания и анализа индексирования страниц сайта, его позиций в поиске и технического состояния?
Ответ: Яндекс.Вебмастер

Задание 15. Можно ли получить доступ к сервису «Яндекс.Вебмастер» без Яндекс ID?
Ответ: нет

6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент

(подпись)

Заведующий кафедрой

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент

(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент

(подпись)