

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАТЕМАТИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ВЕБ-АНАЛИТИКА

Направление и направленность (профиль)
38.03.05 Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Веб-аналитика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (утв. приказом Минобрнауки России от 29.07.2020г. №838) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Красько А.А.

Утверждена на заседании кафедры математики и моделирования от 14.05.2026 ,
протокол № 8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Галимзянова К.Н.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1599657997
Номер транзакции	0000000000F98618
Владелец	Галимзянова К.Н.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью дисциплины "Веб-аналитика" является формирование системы теоретических знаний, практических навыков и умений у студентов, позволяющих оценивать успешность маркетинговых кампаний в Интернет и эффективность сайта в целом на основе данных о его посещаемости.

Задачи:

- рассмотреть сущность веб-аналитики, историю и тенденции развития;
- Уточнить понятийный аппарат веб-аналитики;
- рассмотреть качественные и количественные показатели веб-аналитики;
- проанализировать особенности работы в системах сбора статистики и содержание веб-журналов, веб-маяков, счетчиков, анализаторов пакетов;
- провести обзор систем веб-аналитики;
- изучить технологию построения отчетов в системах веб-аналитики, статистическую значимость показателей;
- рассмотреть теоретические и практические аспекты оценки эффективности мероприятий интернет-маркетинга (SEO, рекламных кампаний).

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.05 «Бизнес-информатика» (Б-БИ)	ОПК-4 : Способен понимать принципы работы информационных технологий; использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	ОПК-4.1к : Осуществляет поиск, анализ, отбор современных информационных технологий и программных средств для поддержки управленческих решений	РД1	Знание	современных методов и инструментов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений
			РД2	Навык	применения современных методов, моделей, алгоритмов, технологий и инструментальных средств для решения прикладных задач с использованием больших данных для поддержки управленческих решений
		ОПК-4.2к : Использует методы, модели, алгоритмы, технологии и инструментальные средства для работы с большими данными при решении прикладных задач	РД3	Умение	осуществлять поиск и отбор инструментов и методов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Гибкость мышления
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Способность находить, анализировать и структурировать информацию
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Созидательный труд	Любознательность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Взаимопомощь и взаимоуважение	Внимательность к деталям

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 дисциплины учебного плана направления "Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика".

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.05 Бизнес-информатика	ОФО	Б1.Б	7	4	41	16	24	0	1	0	103	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность веб-аналитики	РД1	2	2	0	10	защита кейс- задачи
2	Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	РД1	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
3	Основные термины и метрики веб-аналитики	РД1, РД2, РД3	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
4	Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	РД2	2	2	0	10	Тестирование, защита кейс- задачи
5	Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	РД2	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
6	Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	РД3	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
7	Анализ эффективности сайта	РД3	2	4	0	15	Тестирование, защита кейс- задачи
8	Продвинутые возможности веб-аналитики	РД3	2	4	0	18	Тестирование, защита кейс- задачи
Итого по таблице			16	24	0	103	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность веб-аналитики.

Содержание темы: Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы. Классификация систем интернет-аналитики: системы веб-аналитики, анализаторы логово, системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц, системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице, диспетчеры тегов, счетчики-рейтинги. Стратегическая и сквозная веб-аналитика. Три принципа веб-аналитики. История развития веб-аналитики. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0. Парадигма Trinity.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 2 Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы.

Содержание темы: Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-based marketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследования. Определение и содержание CMS. Характеристика контента и его создание и распространение. Критерии классификации систем управления контентом. Простая, шаблонная, профессиональная,

универсальная CMS. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 3 Основные термины и метрики веб-аналитики.

Содержание темы: Ключевые метрики: классификация, количественные и качественные метрики, названия показателей в Яндекс.Метрике и Google Analytics. Метрики для анализа контента, социальных медиа, SEO, посадочных страниц и конверсии, лидов, PR и брендинга. Общие метрики воронки продаж и коммуникаций.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 4 Обзор, настройки и отчеты Google Analytics.

Содержание темы: Обзор интерфейса и структура аккаунта. Основные отчеты. Преимущества и ограничения Google Analytics. Установка и проверка кода отслеживания на сайте. Основные настройки счетчика (отчеты по демографии, настройки сеанса, фильтры, группы контента и каналов). Настройка целей и событий. Управление доступом.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 5 Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики.

Содержание темы: Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы). Настройка целей и событий. Функционал отчетов (сегменты, визуализация, кастомизация отчета). Основные отчеты Яндекс.Метрики.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 6 Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.

Содержание темы: Использование UTM-меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. Анализ эффективности SEO- продвижения, контекстной рекламы, email-маркетинга, трафика соцсетей. Построение систем сквозной аналитики. Анализ эффективности рекламы. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 7 Анализ эффективности сайта.

Содержание темы: Алгоритм анализа эффективности сайта. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки). Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения). Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

Тема 8 Продвинутое возможности веб-аналитики.

Содержание темы: A/B тестирование страниц: основной принцип тестирования страниц, виды тестов (A/B, многовариантное, сплит). Контроль достоверности теста. Создание и запуск тестов с помощью Google Analytics и Google Optimize. Продвинутое возможности Google Analytics: создание и использование пользовательских параметров и показателей, вычисляемые показатели, импорт расходов рекламных кампаний. Системы отслеживания звонков: Calltracking, статический и динамический коллтрекинг, погрешности систем отслеживания звонков.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекция, практика, кейс-задача.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: изучение лекционного материала, выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к тестированию, выполнение кейс-задачи, задаваемой на практических заданиях и подготовка презентации результатов.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения текущих и промежуточных контрольных испытаний студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

- самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы;
- регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной работы;
- согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.

При выполнении кейс-заданий необходимо использовать теоретический материал, делать ссылки на соответствующие теоремы, свойства, формулы и др. Решение выполняется подробно и содержит необходимые пояснительные ссылки. Самостоятельность в учебной работе способствует развитию заинтересованности

студента в изучаемом материале, вырабатывает у него умение и потребность самостоятельно получать знания, что весьма важно для специалиста с высшим образованием. Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студента включает следующие виды, выполняемые в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования и рабочим учебным планом:

- аудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя на лекции;
- внеаудиторная самостоятельная работа студента под руководством и контролем преподавателя: изучение теоретического материала, подготовка к аудиторным занятиям (лекция, практическое занятие, коллоквиум, контрольная работа, тестирование, устный опрос), дополнительные занятия, текущие консультации по дисциплине.

Контроль успеваемости осуществляется в соответствии с рейтинговой системой оценки знаний студентов. Оценка по дисциплине определяется по 100-бальной шкале как сумма баллов, набранных студентом в результате работы в семестре. Распределение баллов доводится до студентов в начале семестра.

Учебным планом предусмотрены консультации, которые студент может посещать по желанию.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582971> (дата обращения: 19.05.2026).
2. Княжевский, И. И. Интернет-маркетинг : учебное пособие / И. И. Княжевский. — 2-е изд., доп. и перераб. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. — 150 с. — ISBN 978-5-00202-541-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/481814> (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Дополнительная литература

1. Жильчик, Е. Е. Интернет-маркетинг и электронная коммерция : учебное пособие / Е. Е. Жильчик, В. А. Пархименко. — Минск : БГУИР, 2025. — 252 с. — ISBN 978-985-543-766-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/479633> (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140> (дата обращения: 19.05.2026).

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Научная электронная библиотека – <https://elibrary.ru/>
2. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор
- Система аудиовизуального представления информации

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАТЕМАТИКИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ВЕБ-АНАЛИТИКА

Направление и направленность (профиль)
38.03.05 Бизнес-информатика. Бизнес-аналитика

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции и	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.05 «Бизнес-информатика» (Б-БИ)	ОПК-4 : Способен понимать принципы работы информационных технологий; использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	ОПК-4.1к : Осуществляет поиск, анализ, отбор современных информационных технологий и программных средств для поддержки управленческих решений
		ОПК-4.2к : Использует методы, модели, алгоритмы, технологии и инструментальные средства для работы с большими данными при решении прикладных задач

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ОПК-4 «Способен понимать принципы работы информационных технологий; использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код	Тип	Результат	
ОПК-4.1к : Осуществляет поиск, анализ, отбор современных информационных технологий и программных средств для поддержки управленческих решений	РД 1	Знание	современных методов и инструментов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	правильность ответов на поставленные вопросы, правильность формулировки и анализа проблем
	РД 2	Навык	применения современных методов, моделей, алгоритмов, технологий и инструментальных средств для решения прикладных задач с использованием больших данных для поддержки управленческих решений	правильное использование алгоритма выполнения действий, самостоятельность решения поставленных задач
ОПК-4.2к : Использует методы, модели, алгоритмы, технологии и инструментальные средства для работы с большими данными при решении прикладных задач	РД 3	Умение	осуществлять поиск и отбор инструментов и методов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	корректность выбора инструментов решения задач, выполнение всех необходимых расчетов

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : современных методов и инструментов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	1.1. Сущность веб-аналитики	Тест	Тест
		1.2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital рекламы	Тест	Тест
		1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Тест	Тест
РД2	Навык : применения современных методов, моделей, алгоритмов, технологий и инструментальных средств для решения прикладных задач с использованием больших данных для поддержки управленческих решений	1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Тест	Тест
		1.4. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics	Тест	Тест
		1.5. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики	Тест	Тест
РД3	Умение : осуществлять поиск и отбор инструментов и методов для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	1.3. Основные термины и метрики веб-аналитики	Кейс-задача	Кейс-задача
			Кейс-задача	Тест
			Тест	Кейс-задача
			Тест	Тест
		1.6. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика	Кейс-задача	Кейс-задача
			Кейс-задача	Тест
			Тест	Кейс-задача
			Тест	Тест
		1.7. Анализ эффективности сайта	Кейс-задача	Кейс-задача
			Кейс-задача	Тест
			Тест	Кейс-задача
			Тест	Тест

			Кейс-задача	Кейс-задача
		1.8. Продвинутое возможности веб-аналитики	Кейс-задача	Тест
			Тест	Кейс-задача
			Тест	Тест

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Виды учебной деятельности	Тест	Кейс-задача	Итого
Лекция	20		20
Практическое занятие	10	50	60
Промежуточная аттестация	20		20
Итого	50	50	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Контрольный тест

- Какой инструмент веб-аналитики позволяет отслеживать поведение пользователей на странице? а) JavaScript-счетчик б) Лог-анализатор в) Веб-маяк г) CMS-система
- Установите соответствие между системами веб-аналитики и их типами:

1. Google Analytics
 2. AWStats
 3. Яндекс.Метрика
 4. Tag Manager
- A) JavaScript-счетчик B) Лог-анализатор C) JavaScript-счетчик D) Диспетчер тегов
3. Напишите название метода отслеживания действий пользователя на странице: _____
 4. Выберите все элементы парадигмы Trinity: а) Поведение б) Опыт с) Результаты d) Конверсия
 5. Верно ли утверждение: "Веб-аналитика 2.0 полностью заменила традиционную веб-аналитику"?
 6. Какой показатель лучше всего отражает эффективность рекламной кампании? а) ROI б) CTR с) CPC d) CPM
 7. Установите соответствие между метриками и их назначением:
 1. Bounce Rate
 2. Time on Site
 3. Pages per Visit
 4. Conversion Rate
- A) Качество контента B) Вовлеченность C) Эффективность страницы D) Достижение целей
8. Напишите название показателя отказов в веб-аналитике: _____
 9. Выберите все типы целей в Google Analytics: а) Посещение страницы б) Длительность сеанса с) Количество страниц d) События
 10. Верно ли утверждение: "UTM-метки влияют на ранжирование сайта в поисковых системах"?
 11. Какой тип отчета используется для анализа пути пользователя по сайту? а) Поведенческий поток б) Демографический отчет с) Технический отчет d) Источники трафика
 12. Установите соответствие между источниками трафика и их характеристиками:
 1. Organic
 2. Referral
 3. Direct
 4. Paid
- A) Поисковые системы B) Ссылки с других сайтов C) Прямые заходы D) Платная реклама
13. Напишите название инструмента для A/B тестирования от Google: _____
 14. Выберите все параметры для сегментации аудитории: а) Демография б) География с) Устройства d) Поведение
 15. Верно ли утверждение: "Коллтрекинг может работать только со статическими номерами телефонов"?
 16. Какой метод используется для оценки качества контента? а) Scroll depth б) Click rate с) Bounce rate d) Exit rate
 17. Установите соответствие между типами конверсий и их показателями:
 1. Микроконверсия
 2. Макроконверсия
 3. Ассистед конверсия
 4. Мультиканальная конверсия
- A) Просмотр контакта B) Покупка C) Промежуточное действие D) Цепочка взаимодействий
18. Напишите название метрики эффективности рекламы: _____

19. Выберите все элементы воронки продаж: а) Привлечение б) Вовлечение с) Конверсия д) Удержание
20. Верно ли утверждение: "Яндекс.Метрика может отслеживать только русскоязычных пользователей"?
21. Какой инструмент используется для визуализации поведения пользователей на странице? а) Вебвизор б) Page Analytics с) Site Audit д) Speed Test
22. Установите соответствие между типами тепловых карт:
1. Кликов
 2. Скроллинга
 3. Движения мыши
 4. Внимания
- А) Точки нажатий В) Глубина просмотра С) Паттерны движения D) Фокус взгляда
23. Напишите название показателя глубины просмотра страницы: _____
24. Выберите все параметры технического анализа сайта: а) Скорость загрузки б) Адаптивность с) Совместимость браузеров д) Корректность кода
25. Верно ли утверждение: "Системы веб-аналитики могут отслеживать действия пользователей в офлайн-режиме"?
26. Какой тип данных лучше всего подходит для анализа эффективности SEO? а) Поисковые запросы б) Социальные сигналы с) Рекламные клики д) Прямые заходы
27. Установите соответствие между параметрами UTM-меток:
1. utm_source
 2. utm_medium
 3. utm_campaign
 4. utm_content
- А) Источник трафика В) Тип рекламы С) Название кампании D) Содержание объявления
28. Напишите название параметра для отслеживания рекламной кампании: _____
29. Выберите все показатели качества посадочной страницы: а) Время на странице б) Показатель отказов с) Конверсия д) Глубина просмотра
30. Верно ли утверждение: "Google Analytics может автоматически определять цели электронной коммерции"?
31. Какой метод сбора данных обеспечивает наибольшую точность? а) Серверные логи б) JavaScript-счетчики с) Пиксели отслеживания д) Cookie-файлы
32. Установите соответствие между системами аналитики и их особенностями:
1. Google Analytics
 2. Яндекс.Метрика
 3. Adobe Analytics
 4. Piwik PRO
- А) Бесплатная, универсальная В) Бесплатная, с вебвизором С) Корпоративная, платная D) Самостоятельный хостинг
33. Напишите название метода определения эффективности рекламы: _____
34. Выберите все элементы сквозной аналитики: а) Отслеживание источников б) Анализ конверсий с) Учет офлайн-продаж д) Расчет ROI
35. Верно ли утверждение: "Для работы систем веб-аналитики обязательно нужен SSL-сертификат"?
36. Какой инструмент лучше использовать для анализа эффективности email-маркетинга? а) UTM-метки б) Пиксели с) Cookies д) Логи сервера
37. Установите соответствие между типами отчетов в Google Analytics:
1. Аудитория
 2. Поведение
 3. Конверсии

4. Источники
A) Демографические данные B) Страницы и контент C) Достижение целей D) Каналы трафика
38. Напишите название показателя качества рекламного объявления: _____
39. Выберите все методы оценки эффективности контента: а) Время на странице
b) Социальные сигналы c) Комментарии d) Повторные визиты
40. Верно ли утверждение: "Показатель отказов всегда указывает на проблемы с сайтом"?
41. Какой тип сегментации лучше использовать для анализа мобильного трафика? а) Device Category b) Browser c) Screen Resolution d) Operating System
42. Установите соответствие между метриками эффективности SEO:
1. Позиции
 2. Трафик
 3. Поведение
 4. Конверсии
- A) Место в выдаче B) Количество визитов C) Глубина просмотра D) Целевые действия
43. Напишите название инструмента для анализа конкурентов: _____
44. Выберите все параметры медиапланирования: а) Охват аудитории b) Частота показов c) Бюджет кампании d) Временные рамки
45. Верно ли утверждение: "Динамический коллтрекинг точнее статического"?
46. Какой метод лучше использовать для оценки юзабилити сайта? а) Тепловые карты b) Опросы c) A/B тесты d) Анкетирование
47. Установите соответствие между типами целей и их значением:
1. Микроконверсия
 2. Макроконверсия
 3. Транзакция
 4. Лид
- A) Просмотр контактов B) Покупка C) Заполнение формы D) Добавление в корзину
48. Напишите название метрики вовлеченности пользователей: _____
49. Выберите все показатели качества рекламной кампании: а) CTR b) Конверсия c) ROI d) CPA
50. Верно ли утверждение: "Системы веб-аналитики могут точно определить демографию пользователей"?
51. Какой инструмент используется для отслеживания целей электронной коммерции? а) Enhanced Ecommerce b) Basic Analytics c) Standard Reports d) Custom Metrics
52. Установите соответствие между типами данных и методами их анализа:
1. Количественные
 2. Качественные
 3. Поведенческие
 4. Технические
- A) Статистический анализ B) Контент-анализ C) Поведенческие карты D) Системный аудит
53. Напишите название показателя возврата инвестиций: _____
54. Выберите все элементы настройки Google Analytics: а) Фильтры представлений b) Группы контента c) Цели d) Пользовательские отчеты
55. Верно ли утверждение: "Веб-аналитика может полностью заменить маркетинговые исследования"?
56. Какой метод лучше использовать для анализа эффективности социальных сетей? а) Social Analytics b) Page Views c) Time on Site d) Bounce Rate
57. Установите соответствие между показателями эффективности контента:
1. Engagement Rate

2. Scroll Depth
 3. Time on Page
 4. Exit Rate
- A) Вовлеченность B) Глубина просмотра C) Время чтения D) Уход с страницы
58. Напишите название метрики качества трафика: _____
 59. Выберите все параметры A/B тестирования: а) Контрольная группа б) Тестовая группа с) Длительность теста d) Статистическая значимость
 60. Верно ли утверждение: "Большой объем трафика всегда ведет к высокой конверсии"?
 61. Какой инструмент лучше использовать для анализа скорости загрузки сайта?
а) PageSpeed Insights б) Analytics с) Search Console d) Tag Manager
 62. Установите соответствие между типами отчетов Яндекс.Метрики:
 1. Посещаемость
 2. Источники
 3. Поведение
 4. Конверсии

A) Общая статистика B) Каналы привлечения C) Карта кликов D) Достижение целей
 63. Напишите название инструмента для управления тегами: _____
 64. Выберите все элементы технической оптимизации: а) Скорость загрузки б) Мобильная версия с) SSL-сертификат d) Структура URL
 65. Верно ли утверждение: "Для точного анализа необходимо использовать только одну систему веб-аналитики"?
 66. Какой показатель лучше использовать для оценки качества целевой аудитории? а) Customer Lifetime Value б) Pageviews с) Sessions d) Users
 67. Установите соответствие между видами атрибуции:
 1. Last Click
 2. First Click
 3. Linear
 4. Time Decay

A) Последний клик B) Первый клик C) Равномерное распределение D) Временное распределение
 68. Напишите название модели атрибуции по умолчанию: _____
 69. Выберите все показатели эффективности рекламной кампании: а) ROAS б) CPC с) CPL d) ROI
 70. Верно ли утверждение: "Веб-аналитика может предсказать поведение пользователей со 100% точностью"?

Краткие методические указания

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связки теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике управления маркетингом. Если в ходе к подготовке к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

Шкала оценки

Критерии оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	выставляется студенту, если студент не допустил ошибок в ответах на вопросы теста (на все вопросы даны правильные ответы)
4	4	выставляется студенту, если студент допустил не более 1 ошибки в ответах на вопросы теста
3	3	выставляется студенту, если студент допустил не более 3 ошибок в ответах на вопросы теста

2	2	выставляется студенту, если студент допустил 3-4 неправильных ответа на вопросы теста
1	1	выставляется студенту, если студент допустил 5 и более неправильных ответов на вопросы теста

5.2 Задания для решения кейс-задачи

Кейс-задача №1. Сущность веб-аналитики. Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики

Цели работы

Провести сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики и сформулировать их достоинства и ограничения.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека).

Содержание работы

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Проводится сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

1. Провести сравнительный анализ двух систем аналитики разных типов в разрезе 10 параметров (результаты анализ оформить в табличной форме):

- Историческая справка (год создания, страна ит.д.)
- принцип использования (внешняя или внутренняя программа)
- решаемые задачи
- инструменты сбора статистики
- перечень собираемой информации (сгруппировать)
- платно-бесплатно и т.д. ...остальные параметры сформулировать самостоятельно)

2. Сформулировать окончательные выводы.

3. Результаты задания оформить в виде презентации.

Кейс-задача №2. Взаимосвязь веб-аналитики, интернет-маркетинга и digital-рекламы. Постановка целей для сайта

Цели работы

Закрепление теоретических знаний и практических умений по формированию системы метрик, позволяющих оценить воронку продаж и коммуникации компании в Интернет.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). Результат ситуационного задания оформляется в форме презентации и публично защищается на практическом занятии.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

1. Выбрать публичный сайт в Интернет (интернет-магазин, информационный сайт о мероприятии и т.д.).

2. Сформулировать систему целей выбранного ресурса по модели Smart. Любые цели должны хотя бы примерно соответствовать этим критериям.

То есть цели должны быть конкретными, измеримыми, значимыми для бизнеса, достижимыми и ограниченными по времени. Исходя из этих критериев, определяются цели для сайта.

Примеры правильных целей:

- Увеличить доходы офлайн магазина на 30% в год за счет сайта. Эта цель соответствует практически всем ранее озвученным критериям. Она конкретна (указываем

%), измерима (сравниваем за год), значима для бизнеса (увеличение дохода), ограничена по времени и скорее всего достижима

- Информировать и поддерживать текущих клиентов
- Получать прибыль от размещения рекламы на сайте
- Разгрузить отдел по работе с клиентами от однотипных вопросов

Примеры неправильных целей:

- Сделать сайт, чтобы на нем разместить фото директора
- Сделать страничку, рассказывающую об успехах фирмы
- Сделать сайт, «чтобы был»

3. После того, как определены цели сайта, возникает более ясная картина того, как должны вести себя пользователи на проекте. То есть, какие действия они должны совершать чтобы мы смогли оценить их важность и конверсионность. На этом этапе формулируются действия, действия ожидаемые от посетителей сайта. Например

- Оформление заказа на сайте
- Отправка заявки на консультацию
- Клик по рекламе на сайте
- Скачивание прайса
- Рекомендация статьи
- Звонок с сайта

4. На этом этапе разрабатывается система (матрица) КРІ и рассчитываются планируемые значения показателей.

Краткие методические указания

Кейс-задачи предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентаций по результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой ситуационные задания, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека).

Самостоятельная работа бакалавров предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.
2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований форме презентации (файл с расширением .ppt).

3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. За выполнение всех кейс-задач студент набирает 80 баллов.

Шкала оценки

Критерии оценки результатов

Оценка	Кол-во баллов	Критерии
5	10	выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

4	8	работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы
3	6	студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы
2	4	если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	2	Цель задания не достигнута, используется заимствованный материал

Номер	Правильный ответ	Критерии оценки
1	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
2	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
3	event tracking	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
4	a, b, c	2 б – все варианты, 1 б – 2 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
5	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
6	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
7	1-C, 2-B, 3-A, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
8	bounce rate	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
9	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
10	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
11	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
12	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
13	Google Optimize	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
14	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
15	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
16	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
17	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий

18	ROAS	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
19	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
20	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
21	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
22	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
23	scroll depth	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
24	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
25	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
26	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
27	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
28	utm_campaign	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
29	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
30	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
31	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
32	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
33	attribution	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
34	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов

35	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
36	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
37	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
38	CTR	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
39	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
40	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
41	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
42	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
43	SimilarWeb	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
44	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
45	Да	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
46	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
47	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
48	engagement rate	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
49	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
50	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
51	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
52	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных

		соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
53	ROI	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
54	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
55	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
56	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
57	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
58	quality score	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
59	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
60	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
61	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
62	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
63	Tag Manager	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ
64	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
65	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
66	a	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи
67	1-A, 2-B, 3-C, 4-D	2 б – все соответствия верны, 1 б – 3 верных соответствия, 0 б – менее 2 верных соответствий
68	last click	2 б – полное соответствие, 1 б – частичное соответствие, 0 б – неверный ответ

69	a, b, c, d	2 б – все варианты, 1 б – 3 варианта, 0 б – менее 2 вариантов
70	Нет	1 б – полное соответствие, 0 б – остальные случаи