

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.07.2024 15:08:03

Уникальный программный ключ:

24f866be2aca16484036a8cb5c509a953e6e0d

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

26.11.2023 г.

протокол № 4

Зав. кафедрой Назаров Д.М.

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

13 декабря 2023 г.

протокол № 4

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Бизнес-аналитика
Направление подготовки	09.04.03 Прикладная информатика
Профиль	Цифровая бизнес-аналитика
Форма обучения	очная
Год набора	2024
Разработана:	
Ассистент	
Назаров А.Д.	

Екатеринбург
2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 916)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Бизнес-аналитика» является формирование у студентов целостного представления о принципах продвижения и инструментах анализа сайтов в контексте реализации электронного бизнеса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					3.е.
	Всего за семестр	Контактная работа .(по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Лабораторные		
Семестр 2						
Зачет	108	20	8	12	88	3

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
производственно-технологический	
ПК-6 Управление процессами и инфраструктурой разработки и сопровождения требований	ИД-1.ПК-6 Знать Теория процессного управления Возможности систем поддержки разработки и сопровождения требований Процессы разработки и сопровождения требований
	ИД-2.ПК-6 Уметь Организовывать методическую работу Описывать бизнес-процессы Управлять проектами

Семестр 2		108					
Тема 1.	Аудит цифрового бизнеса (ПК-1)	29	3	3		23	
Тема 2.	Основные технологии поисковой оптимизации	23	2	2		19	
Тема 3.	Основные инструментальные средства web-аналитики (ПК-6)	23	2	2		19	
Тема 4.	Комплексная работа по продвижению и аналитике сайта в сети Интернет	33	1	5		27	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1.1-1.2	Тест (приложение 4)	Тест состоит из 10 вопросов.	<p>10 баллов - за наличие 80% правильных ответов на тестовые задания;</p> <p>7 баллов - за наличие 70% правильных ответов на тестовые задания;</p> <p>5 балл - за наличие 50% правильных ответов на тестовые задания;</p> <p>3 балла - за наличие 40% правильных ответов на тестовые задания;</p> <p>1 балл - за наличие 30% правильных ответов на тестовые задания.</p>
Тема 1.3.	Контрольная работа (приложение 4)	Представлено 10 вариантов	100 баллов
Тема 1.4.	Контрольная работа (приложение 4)	Представлено 10 вариантов	100 баллов
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
2 семестр (За)	Билеты для зачета (Приложение 5)	Представлены 20 билетов. Каждый билет состоит из 2 теоретических вопросов и 1 практического задания	100 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Аудит цифрового бизнеса (ПК-1) Введение в веб-аналитику
Тема 2. Основные технологии поисковой оптимизации Изучение языка запросов поисковых систем Яндекс и Google.
Тема 3. Основные инструментальные средства web-аналитики (ПК-6) Система веб-аналитики и отслеживания мошеннических кликов AdWatcher.
Тема 4. Комплексная работа по продвижению и аналитике сайта в сети Интернет Основы создания современного веб-сайта в сети Интернет

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Аудит цифрового бизнеса (ПК-1) Изучение инструментов веб-аналитики
Тема 2. Основные технологии поисковой оптимизации Составление эффективного семантического ядра
Тема 3. Основные инструментальные средства web-аналитики (ПК-6) Система веб-аналитики Snoobi Microsoft adCenter Analytics beta (Microsoft Gaitneau).
Тема 4. Комплексная работа по продвижению и аналитике сайта в сети Интернет Методы продвижения веб-сайта в Google и Яндекс

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Аудит цифрового бизнеса (ПК-1) Цифровые и облачные сервисы для веб-аналитики
Тема 2. Основные технологии поисковой оптимизации Поведенческие и ссылочные факторы
Тема 3. Основные инструментальные средства web-аналитики (ПК-6) Система веб-аналитики ClickTracks Optimizer.
Тема 4. Комплексная работа по продвижению и аналитике сайта в сети Интернет Составление эффективной рекламной кампании Яндекс.Директ

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Курсовые работы не предусмотрены

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Материалы не предусмотрены

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Материалы не предусмотрены

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Гобарева Я.Л., Городецкая О.Ю. Бизнес-аналитика средствами Excel [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2021. - 350 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1668637>

2. Зобнин А.В. Информационно-аналитическая работа в государственном и муниципальном управлении [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 145 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/987242>

Дополнительная литература:

1. Зобнин А. В., Поливянный Д.И. Информационно-аналитическая работа в государственном и муниципальном управлении. [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2011. - 120 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/225082>
2. Капустина Л. М., Предеин А. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет [Электронный ресурс]: производственно-практическое издание. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2009. - 134 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/09/p468080.pdf>
3. Альтшулер И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации: производственно-практическое издание. - Москва: Вершина, 2006. - 231
4. Инькова Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Коммерция (торговое дело)" и по направлению "Коммерция". - Москва: Омега-Л, 2007. - 188
5. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики: научное издание. - Москва; Санкт-Петербург; Киев: Диалектика: [Вильямс], 2014. - 526
6. Ашманов И. С., Иванов А. А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах: производственно-практическое издание. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015. - 463
7. Гроховский Л. О., Севостьянов И. О., Иванов Д. В., Фиронов Ф. А. Продвижение порталов и интернет-магазинов: практическое руководство для маркетологов и руководителей бизнеса. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014. - 223

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Википедия. Свободная энциклопедия. Веб-аналитика

https://ru.wikipedia.org/wiki/Веб-аналитика#cite_note-1

Информационные ресурсы Научной электронной библиотеки elibrary.ru

<http://elibrary.ru>

Информационные ресурсы библиотеки Уральского государственного экономического университета (доступ через платформу).

<http://lib.usue.ru>

Всё важное об интернет-маркетинге и SMM

<http://smm.ingate.ru/smm-issledovaniya/>

Основы веб-аналитики

<http://netology.ru/kursy/osnovy-vebanalitiki&mc24=1>

Google Analytics

<http://www.google.ru/analytics/>

Яндекс.Метрика

<https://metrika.yandex.ru/list/>

Форум о веб-аналитике

<http://allmetrics.ru>

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену.

1. Для чего используется Web-аналитика
2. Понятие Web-аналитика
3. Какую информацию можно получить с помощью систем веб-статистики
4. Основные понятия веб-аналитики (конверсия, ROI, отслеживание эффективности)
5. Понятие «веб-проект», управление Web-проектами на основе результатов аналитических исследований
6. Исторические предпосылки и условия появления науки и практики аналитики веб-проектов
7. Эволюционное развитие управления Web-аналитикой как самостоятельной области практики управленческой деятельности
8. Сущность и преимущества управления Web-проектами на основе результатов аналитических исследований
9. SEO-технологии
10. Требования, предъявляемые к web-проектам, и ее оценка качества
11. Ранжирование сайтов поисковыми системами Яндекс и Google
12. Семантическое ядро сайта (портала)
13. Поисковая оптимизация сайта (SEO)
14. Поведенческие факторы
15. Ссылочные факторы
16. Система Urchin Software
17. Система веб-аналитики и отслеживания мошеннических кликов AdWatcher
18. Система веб-аналитики Snoobi Microsoft adCenter Analytics beta (Microsoft Gatineau)
19. Система веб-аналитики Click Tracks Optimizer
20. Click Tale - видеозапись действий посетителя сайта
21. Crazy Egg (карта кликов)
22. Способы сбора информации системами Web-аналитики
23. Основные возможности сервиса Яндекс
24. Метрика и его базовая настройка
25. Сущность понятия цели в Яндекс Метрике
26. Добавление счётчика Яндекс Метрики на сайт
27. Формирование отчетов в Яндекс Метрике
28. Вебвизор в Яндекс Метрике
29. Преимущества Яндекс Метрики
30. Настройка простых целей в Яндекс Метрике
31. Возможности Яндекс Метрики для веб-мастера
32. Функциональные возможности, преимущества и ограничения Google Analytics
33. Внедрение Google Analytics
34. Управление профилями пользователей
35. Фильтры в Google Analytics
36. Использование целей в Google Analytics
37. Использование отчетов Google Analytics
38. Использование данных о посещениях для совершенствования веб-сайта

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

ЗАДАНИЯ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Дисциплина: Бизнес-аналитика

Компетенция ПК-1; ПК-6

ПК-1: Обоснование подходов, используемых в бизнес-анализе

ПК-6: Управление процессами и инфраструктурой разработки и сопровождения требований

Задания закрытого типа

1. Какие действия пользователя можно отслеживать веб-аналитикой?

- A. Количество посетителей сайта
- B. Время, проведенное на сайте
- C. Демографические данные пользователей
- D. Все вышеперечисленное

Ответ:

2. Что такое bounce rate?

- A. Количество пользователей, которые просмотрели только одну страницу сайта
- B. Соотношение количества уникальных пользователей к количеству визитов на сайт
- C. Среднее время, проведенное на сайте пользователями
- D. Количество заказов, сделанных на сайте

Ответ:

3. Какая метрика помогает определить эффективность конкретной рекламной кампании?

- A. Conversion rate
- B. Bounce rate
- C. Exit rate
- D. Click-through rate

Ответ:

4. Что такое показатель конверсии (Conversion rate)?

- A. Количество заказов, сделанных на сайте
- B. Количество пользователей, которые совершили целевое действие на сайте (например, заполнили форму или произвели покупку), деленное на общее количество посетителей сайта
- C. Количество уникальных пользователей, которые посетили сайт
- D. Среднее количество страниц, просмотренных пользователями на сайте

Ответ:

5. Какой инструмент Google используется для анализа трафика сайта?

- A. Google AdWords
- B. Google Search Console
- C. Google Analytics

D. Google Tag Manager

Ответ:

6. Какая метрика показывает, как часто пользователи совершают целевое действие на сайте?

- A. Bounce rate
- B. Conversion rate
- C. Exit rate
- D. Click-through rate

Ответ:

7. Что такое событие (event) в Google Analytics?

- A. Посещение пользователем страницы сайта
- B. Заполнение пользователем формы на сайте
- C. Покупка на сайте
- D. Любое действие пользователя на сайте, которое мы хотим отследить

Ответ:

8. Что такое веб-аналитика?

- a) Метод изучения географии паутины
- b) Анализ сайта и его посещаемости
- c) Анализ социальных медиа-аккаунтов
- d) Анализ статистики продаж

Ответ:

9. Что такое bounce rate (отказы)?

- a) Количество пользователей, которые закрыли страницу сайта
- b) Количество пользователей, которые сделали покупку на сайте
- c) Количество пользователей, которые подписались на рассылку
- d) Количество пользователей, которые оставили комментарий на сайте

Ответ:

10. Что такое конверсия?

- a) Количество пользователей, которые посетили сайт
- b) Количество пользователей, которые просмотрели товары на сайте
- c) Количество пользователей, которые сделали покупку на сайте
- d) Количество пользователей, которые подписались на рассылку

Ответ:

Задания открытого типа

1. Что такое веб-аналитика? Приведите пример.
2. Какие инструменты веб-аналитики вы знаете? Приведите пример.
3. Что такое показатель отказов? Приведите пример.
4. Какие виды трафика бывают на сайте? Приведите пример.

5. Что такое "воронка продаж"? Приведите пример.
6. Какие метрики используются для измерения эффективности сайта? Приведите пример.
7. Что такое ROI? Приведите пример.
8. Какие метрики используются для измерения эффективности контента? Приведите пример.
9. Какие метрики используются для измерения эффективности рекламы? Приведите пример.
10. Что такое A/B-тестирование? Приведите пример.
11. Какие типы отчетов вы знаете в веб-аналитике? Приведите пример.
12. Что такое конверсия? Приведите пример.
13. Что такое сегментация веб-аналитики? Приведите пример.
14. Какие метрики используются для измерения эффективности социальных сетей? Приведите пример.
15. Какие метрики используются для измерения эффективности электронной коммерции? Приведите пример.
16. Что такое пользовательский опыт? Приведите пример.
17. Какие типы отчетов в Google Analytics вы знаете? Приведите пример.
18. Что такое многоканальная воронка? Приведите пример.
19. Какие метрики используются для измерения эффективности поисковой оптимизации? Приведите пример.
20. Что такое "возвращаемость"? Приведите пример.
21. Какие метрики используются для измерения эффективности рассылок? Приведите пример.
22. Что такое "тепловая карта"? Приведите пример.
23. Какие метрики используются для измерения эффективности мобильных приложений? Приведите пример.
24. Что такое "веб-аналитика в реальном времени"? Приведите пример.
25. Какие метрики используются
26. Что такое веб-аналитика? Приведите пример.
27. Какие инструменты веб-аналитики вы знаете? Приведите пример.
28. Что такое показатель отказов? Приведите пример.
29. Какие виды трафика бывают на сайте? Приведите пример.
30. Что такое "воронка продаж"? Приведите пример.