

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Комин Андрей Эдуардович

Должность: ректор

Дата подписания: 25.01.2024 09:58:27

Приморский ГАТУ

f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ПРИМОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРИНЯТО

На заседании Учёного совета
ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ

Протокол № 3
от 27 ноября 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО
Приморский ГАТУ

_____ А.Э. Комин
27 ноября 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МДК 04.02 ВЕБ-АНАЛИТИКА

по специальности среднего профессионального образования

38.02.08 Торговое дело

форма обучения - очная

Уссурийск 2023

Фонд оценочных средств учебной дисциплины (модуля) составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 и учебного плана подготовки специалистов среднего звена, утвержденного ректором ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению;
ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика;
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

КОНТРОЛИРУЕМЫЕ РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Контролируемые разделы дисциплины	Код формируемой компетенции	Оценочные средства
Раздел 1 Методология веб-анализа	ПК. 3.1. ПК. 3.2. ПК. 3.3. ПК 3.4. ПК. 3.5. ПК. 3.6.	Тестовые и практические задания по разделу
Раздел 2. Инструментарий веб-анализа	ПК. 3.1. ПК. 3.2. ПК. 3.3. ПК 3.4. ПК. 3.5. ПК. 3.6.	Тестовые и практические задания по разделу

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ТЕСТ № 1

1. На каких страницах сайта должен располагаться код отслеживания GoogleAnalytics?

- 1.на всех страницах сайта
- 2.на страницах сайта, с которых пользователи могут осуществить заказ товара или услуги
- 3.на главной странице сайта
4. на всех страницах сайта, для которых необходимо получать данные аналитики.

2.Каким образом можно включить сбор аналитики GoogleAnalytics на сайте?

- 1.ввести идентификатор отслеживания GoogleAnalytics в соответствующее поле специального плагина
- 2.добавить фрагмент разметки HTML для отслеживания на каждую страницу сайта
- 3.добавить фрагмент кода JavaScript для отслеживания на каждую страницу сайта.

3. Какие сайты предназначены для получения потенциальных клиентов, работой с которыми затем занимается команда продавцов?

1. сайты электронной коммерции

2. сайты лидогенерации

3. сайты для брендинга

4. информационные сайты.

4. Какие данные могут быть выбраны в качестве цели GoogleAnalytics?

1. добавление новых страниц на сайт

2. отправка контактной информации

3. осуществление покупки на сайте

5. С какой целью выполняется исключение внутреннего трафика из отчетов GoogleAnalytics?

1. внутренний трафик не искажает результаты отчетов GoogleAnalytics, поэтому его не нужно исключать

2. исключить из отчетов данные о внутренних пользователях

3. ограничить доступ внутреннего трафика к сайту

6. Визиты каких пользователей формируют внутренний трафик в отчетах GoogleAnalytics?

1. пользователей, которые занимаются разработкой сайта

2. пользователей, которые являются клиентами компании

3. пользователей, которые являются сотрудниками компании

7. Как называется набор виджетов для одновременного отслеживания нескольких показателей в GoogleAnalytics?

1. сводка

2. цель

3. отчет.

8. Какие данные могут отображаться в виджетах сводок GoogleAnalytics?

1. диаграммы

2. таблицы

3. формулы

4. числа.

9. Каким будет источник трафика в том случае, если перешел на сайт по запросу из Google?

1. название поисковой системы

2. direct

3. название рассылки

4. адрес исходного сайта

10. Чему соответствует источник трафика GoogleAnalytics?

1. посетителю сайта

2. переходу на сайт

3. поисковому запросу 1

11. Что не является каналом трафика?

1. direct

2. google

3. referral

4. organic

1. Как называется страница, с которой посетитель начинает взаимодействие с сайтом?

1. главная страница сайта
2. страница оформления заказа
3. страница входа

2. Для какой страницы входа показатель отказов наилучший?

1. /department/pl/java/pl/6
2. показатель отказов одинаковый для всех страниц входа и составляет 59,15%
3. /intuituser/userpage

3. Каким образом определяется средняя длительность пребывания на сайте?

1. делением суммарной длительности пребывания пользователей на сайте на количество сеансов
2. суммарной длительностью пребывания пользователей на сайте
3. суммарным количеством сеансов

4. Какие утверждения являются верными для приведенного отчета?

1. наименее интересной для посетителей является страница /intuituser/userpage
2. наиболее интересной для посетителей является страница / studies/courses?page=1
3. наименее интересной для посетителей является страница / studies/courses?page=1
4. наиболее интересной для посетителей является страница /intuituser/userpage

5. Как называется величина, определяющая процент просмотров определенной страницы, которые оказались последними в сеансе?

1. конверсия
2. показатель выходов
3. показатель отказов

6. Какие страницы выхода необходимо оптимизировать?

1. с низким показателем отказов
2. с высоким показателем выходов
3. с высоким коэффициентом конверсии

7. Какие результаты можно ожидать для сайта электронной торговли, не осуществляющего доставку товаров в Индию?

1. большое количество посетителей
2. низкий показатель конверсии
3. высокий показатель конверсии

8. Какую информацию можно получить с помощью отчетов по странам?

1. какой отклик у аудитории вызывают версии объявлений на разных языках
2. какой трафик вы получаете от пользователей, не входящих в эти целевые группы
3. из каких регионов приходят пользователи с наибольшей конверсией,
4. которые чаще выполняют целевые действия: регистрируются на сайте, записываются на обучение, совершают покупки и т.п.

9. Какие данные о посетителях сайта позволяет узнать демографический отчет в GoogleAnalytics?

1. возраст,
2. половую принадлежность
3. категории интересов посетителей (сайты какой тематики они посещают и какие покупки делают в Интернете).

10. Для каких целей можно использовать информацию, полученную с помощью

демографических отчетов?

1. Для формирования наиболее полного "портрета" посетителей
2. Чтобы получить представление именно о клиентах
3. при планировании онлайн-рекламы
4. позволяет определить группы пользователей с высоким коэффициентом конверсии, приносящие наибольший доход.

Тест №3

1. Чтобы получить сводный отчет о мобильном трафике
 - А. В боковой панели нужно открыть раздел Audience/Аудитория, перейти в пункт Mobile/Мобильные устройства и выбрать Overview/Обзор
 - Б. В боковой панели нужно открыть раздел Mobile/Мобильные устройства, перейти в пункт Audience/Аудитория и выбрать Overview/Обзор
 - В. В боковой панели нужно выбрать Overview/Обзор, открыть раздел Mobile/Мобильные устройства, перейти в пункт Audience/Аудитория
2. В отчете мы видим три типа устройств. Расставьте соответствия:
 - А. desktop
 - Б. mobile
 - В. tablet
 1. мобильные устройства
 2. планшетные компьютеры
 3. настольные ПК
3. Если в примере показатели отказов имеют высокие значения для различных типов устройств. Это означает
 - А. скорее всего, это связано с тем, что сайт не адаптирован под мобильные устройства.
 - Б. при планировании онлайн-рекламы в Facebook, GoogleAdWords и проч. надо использовать эти устройства
 - В. при настройке таргетинга целесообразно будет сконцентрироваться на пользователях этих устройств.
4. Особого внимания в отчете заслуживают устройства с наименьшим коэффициентом конверсии, что может свидетельствовать
 - А. о получении представления именно, о клиентах
 - Б. о наличии проблем в работе сайта на таких устройствах
 - В. Что нужно вкладывать усилия в дополнительную разработку и исправление ошибки работы с этими устройствами.
5. О чем свидетельствует наличие в отчете о технологиях устройств с высоким показателем отказов или низкой конверсией?
 - А. об отсутствии технических ошибок на сайте
 - Б. о наличии технических ошибок на сайте
 - В. о низком уровне владения определенными технологиями среди посетителей сайта
6. Какие показатели позволяют сделать вывод о том, что сайт адаптирован под мобильные устройства?
 - А. низкий показатель отказов
 - Б. высокий трафик с мобильных устройств
 - В. низкий трафик с мобильных устройств
 - Г. высокий показатель отказов.

7. Какие данные являются признаком некорректной работы некоторых функций сайта в определенном браузере?
- А. низкий показатель отказов и/или высокий коэффициент конверсии цели
 - Б. высокий показатель отказов и/или низкий коэффициент конверсии цели
 - В. низкий показатель отказов
 - Г. высокий коэффициент конверсии цели.
8. Какие показатели могут свидетельствовать об отсутствии на сайте технических ошибок, препятствующих нормальному доступу пользователей к нужному контенту?
- А. высокий показатель отказов
 - Б. низкая конверсия
 - В. высокая конверсия
 - Г. низкий показатель отказов.
9. Какие показатели могут свидетельствовать о том, что сайт не адаптирован под мобильные устройства?
- А. высокий показатель отказов
 - Б. низкий показатель отказов
 - В. высокий трафик с мобильных устройств
 - Г. низкий трафик с мобильных устройств.
10. Какие показатели позволяют сделать вывод о том, что функции сайта в конкретном браузере работают корректно?
- А. высокий показатель отказов
 - Б. низкий коэффициент конверсии цели
 - В. высокий коэффициент конверсии цели
 - Г. низкий показатель отказов.
11. Для спам-трафика характерны
- А. 100%-ый показатель отказов
 - Б. нулевое значение среднего времени визита в отчете «Весь трафик»
 - В. низкий коэффициент конверсии цели
12. Показатель отказов – это
- А. это процент посетителей, покинувших сайт после просмотра всех страниц
 - Б. это процент посетителей, покинувших сайт после просмотра только одной страницы
 - В. это процент посетителей, покинувших сайт после просмотра только одной страницы
13. Метки кампаний позволяют
- А. проанализировать, какие источники и каналы являются наиболее эффективными
 - Б. использовать какие-либо сервисы для Email-маркетинга
 - В. маркетологам более точно определять эффективность маркетинговых кампаний
14. С помощью оповещений можно
- А. выполнять постоянный мониторинг состояния сайта
 - Б. постоянно не просматривать все отчеты GoogleAnalytics
 - В. быстро реагировать на изменения.
15. Аннотации позволяют
- А. выполнять документирование аналитики
 - Б. существенно экономить время и силы
 - В. фиксировать все действия, связанные с интернет - маркетингом или изменениями в дизайне сайта

Г. легко восстановить события и проанализировать полученные результаты.

16. Ярлыки позволяют

А. запомнить настройки, чтобы не указывать их при каждом обращении к отчету
Б. использовать какие-либо сервисы для Email-маркетинга

В. быстро реагировать на изменения.

17. Адаптировав сайт для мобильных устройств, можно

А. уменьшить показатель отказов для посетителей с мобильных устройств

Б. увеличить конверсию, совершаемую этими пользователями

В. улучшить SEO-показатели

Г. нет правильных ответов.

Вариант итогового теста по дисциплине

1. Эффективная веб - аналитика- это

А) инструмент выявления проблем веб - сайта;

Б) решение конкретных бизнес - задач;

В) перечень мер, которые необходимо реализовать для повышения показателей эффективности сайта;

Г) использования поисковой оптимизации и Интернет - рекламы.

2. Благодаря результатам анализа статистики сайта можно

А) увеличить прибыль,

Б) выбрать правильное направление развития,

В) найти новые источники клиентов,

Г) ничего нельзя сделать.

3. Заниматься исследованием поведения аудитории имеет смысл только тогда,

А) когда вы хотели бы, чтобы она вела себя определенным образом,

Б) когда вы имеете цели,

В) когда вы хотите создать свой сайт,

Г) Все ответы правильные.

4. Веб - аналитика решает ряд текущих задач и помогает поддерживать в актуальном режиме ключевые бизнес-процессы:

А) Развитие функционала сайта, на основании тенденций в поведении посетителей.

Б) Оценка эффективности рекламных кампаний любого типа.

В) Выявление проблемных мест в навигации сайта.

5. Задача веб - аналитики заключается

А) Быть опытным маркетологом.)

Б) «Расширения» воронки — повышение процента конвертации пользователей в клиенте

В) в создании веб- проекта,

Г) уменьшения стоимости привлечения посетителя в воронку и повышения его релевантности.

6. Чтобы бизнес онлайн – продавца был успешен

А) Конвертация пользователей в клиентов (продажа),

Б) Удержание пользователей (повторные продажи),

В) разработка нового сайта,

Г) нет правильного ответа.

7. Кúки (от англ. cookie — печенье) – это

- А) Вирусы
 - Б) Шпионские программы
 - В) это простые текстовые данные, набор символов, передаваемый при запросах к веб-сайту
 - Г) Все ответы правильные.
8. Сервер может идентифицировать следующие основные данные о пользователе: А) Локальные сети.
- Б) IP-адрес, который используется для определения региона, из которого пользователь выходит в интернет;
 - В) Адрес страницы, к которой обратился пользователь;
 - Г) Точное время запроса;
 - Д) Идентификатор браузера пользователя, который позволяет определить, какие браузеры популярны среди пользователей, а также отличить запрос от поискового робота.
9. GoogleAnalytics способен учитывать прибыль с каждой транзакции. Для этого нужно включить в Analytics раздел
- А) Включить демографические отчеты и отчеты по категориям интересов,
 - Б) Admin/Администратор
 - В) Filters/Фильтры в колонке Views/Представления
 - Г) «Электронная торговля» и заставить ваш сайт передавать в код скрипта данные о прибыли.
10. Метрика - учет запросов к внутренней поисковой системе –
- А) Хороший источник информации о том, чего не хватает пользователям
 - Б) В каких местах сайта затруднена навигация
 - В) Как откорректировать результаты поиска вручную
 - Г) Все ответы правильные.
11. Расставьте соответствия. Веб-аналитик – это
- А) «Начинающий пользователь».
 - Б) «Продвинутый пользователь».
 - В) «Профессионал».
 - Г) «Грамотный юрист».
1. Оптимизация бизнеса и принятие решений с помощью данных аналитики. Проведение тестирования, подсчет ROI для каждого источника трафика, e - мерчендайзинг. Умение просчитать достоверность выборки данных.
 2. Знание законов. Умение составлять договора и деловые бумаги.
 3. Понимание основных цифр, отличие «уников» от «просмотров страниц», знание понятия «реферрер».
 4. Умение выделять проблемные страницы и переходы на сайте, «качественные» и «некачественные» источники трафика.
12. Конверсия происходит в том случае, когда пользователь:
- А) Совершил покупку на сайте или разместил свой заказ;
 - Б) Нашел номер телефона службы заказа или отдела по работе с клиентами и позвонил;
 - В) Нашел e-mail отдела продаж и отправил запрос;
 - Г) Заполнил форму запроса и нажал кнопку «Отправить»
 - Д) Использует денежную форму.
13. Высокий трафик сопровождается низкими показателями продаж, если

- А) Заметная кнопка «Купить»
- Б) Положительные отзывы
- В) Появление недействительных (или фиктивных) кликов
- Г) Изменение состояния рынка
- Д) Некорректно работающий интернет-ресурс.

14. Увеличить конверсию можно

- А) Неработающая форма заказа
- Б) Сделав, заметную кнопку «Купить»
- В) Продавая, устаревшие продукты
- Г) Сделав, удобная система навигации сайта

15. Сайт должен отвечать на следующие вопросы

- А) Чему посвящен сайт?
- Б) Сколько стоят услуги (товар)?
- В) Нет правильных ответов?
- Г) Не важно, сколько лет фирма существует на рынке?
- Д) Не важно, кто клиенты?
- Е) В чем уникальность представленного предложения?
- Ж) Как оформить бланк заказа?

З) Как проехать к офису и связаться с менеджерами? Как получить заказ?

16. Главная проблема при анализе данных интернет - статистики

- А) Принять решения о коррекции рекламной кампании,
- Б) Ассортимент товаров на сайте,
- В) Некорректное определение причинно-следственных связей
- Г) Внешний вид страниц сайта.

17. Аналитическая работа в целом состоит из трех этапов:

- А) Получить данные,
- Б) Сделать выводы о том, почему данные выглядят именно так,
- В) Предложить изменения, которые улучшили бы ситуацию,
- Г) Все ответы правильные.

18. Сегментация - это

- А) разделяют всех пользователей на группы исходя из определенных критериев и рассматривают поведение не всех пользователей, а каждой из этих групп в отдельности,
- Б) Строят предположения и проверяют их: выискивают вероятные объяснения для сложившейся ситуации и пытаются повлиять на ситуацию исходя из этих предположений, наблюдая за результатом,
- В) Строят предположения и не проверяют их, наблюдают за результатом,
- Г) Нет правильных ответов.

19. Сегментация возможна по следующим параметрам:

- А) По адресам сайтов, с которых пришел пользователь,
- Б) В поисковике — по запросу,
- В) По объявлениям и рекламным площадкам,
- Г) По первой увиденной пользователем странице,
- Д) По техническим возможностям компьютера и интернет - соединения пользователя,
- Е) По тому, приходил ли пользователь на ваш сайт ранее,
- Ж) По действиям пользователя на сайте.

20. Три основных вида систем статистики:

- А) Активная,
- Б) Посредственная,
- В) Пассивная,
- Г) Удовлетворительная.

21. Добавление на страницу, показываемую пользователем, дополнительного кода, который осуществляет запрос к системе статистики, это –

- А) Счетчик,
- Б) Метрика,
- В) Второй тип систем сбора статистики,
- Г) нет правильного ответа.

22. Уникальные пользователи – это

- А) Проводящие на сайте большое количество времени
- Б) Совершившие покупки на сайте
- В) Неповторяющиеся (учитываемые только один раз) посетители сайта за определенный период времени.
- Г) Нет правильных ответов.

23. Уникальный посетитель определяется с помощью

- А) Счетчиков
- Б) Файлов cookies
- В) Лог – анализаторов
- Г) Все ответы правильные.

24. Абсолютно уникальный посетитель – это пользователь,

- А) Который посетит сайт повторно в течение этого же месяца
- Б) Который посетит сайт в течение одного и того же месяца не менее 3-х раз
- В) Который посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени
- Г) Который не посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

25. Вернувшиеся посетители – это

- А) Который посетит сайт повторно в течение этого же месяца
- Б) Который посетит сайт в течение одного и того же месяца не менее 3-х раз
- В) Который посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени
- Г) Который не посещает веб-сайт первый раз в течение заданного периода времени

26. Сессия – это

- А) Длительное время перехода с одной страницы сайта на другие
- Б) Пользователь, формально оставаясь на странице сайта, занимается просмотром почты
- В) Процесс последовательного просмотра страниц сайта пользователем в течение одного визита (ограниченного интервала времени)
- Г) Нет правильных ответов.

27. Показатель длительности сессии – это

- А) Возможность оценить конверсию сайта
- Б) Возможность оценить качество сайта: насколько ресурс приятен для пользователя, заинтересовал ли его предложенный контент
- В) Возможность определить трафик сайта
- Г) Нет правильных ответов
- Д) Все ответы правильные.

28. Таргетинг (англ. target – цель) – это

А) рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (в данном случае, география проживания), и показать рекламу/любую другую информацию именно ей

Б) Это "цель". Так что "таргетирование" - это такая методика проведения рекламы, когда она специально подбирается и направляется так, чтобы достичь максимального эффекта

В) каждому пользователю присылается в основном та реклама, которая может его заинтересовать

Г) Нет правильных ответов.

29. Отказы (bounce rate) или показатель отказов – это

А) рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям

Б) Самый полезный показатель с точки зрения маркетинга и принятия стратегически важных решений

В) Количество посетителей (в процентах от общего числа), которые посетили только одну страницу на сайте.

Г) Пользователи, которые покидают сайт с той же страницы, с которой они вошли на сайт, без просмотра каких-либо иных страниц сайта.

Д) Это критерий является хорошим индикатором того, насколько интересно содержание сайта и насколько продумана его навигация, и использоваться как показатель качества контента сайта.

30. Среднее число страниц, открываемых пользователем в пределах одного визита – это

А) Метрика,

Б) Счетчик,

В) Анализатор,

Г) Все ответы правильные.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии оценки тестового задания формируются следующим образом:

- при проверке заданий закрытого типа с указанием одного варианта ответа выставляется **1 балл** за правильный ответ.
- при проверке заданий открытого типа с указанием правильного варианта ответа выставляется **2 балла** за правильный ответ; **0 баллов** за неверный ответ;
- при проверке задания открытого типа с указанием развернутого варианта ответа выставляется **3 балла** за правильный ответ; **2 балла** за правильный ответ с незначительными недочетами; **1 балл** за ответ, имеющий существенные недостатки, но при дополнении ответ может стать правильным; **0 баллов** за полностью неверный ответ.
- оценка «отлично» выставляется студенту, если набрано 100%-93% баллов;
- оценка «хорошо» - 92%-73% баллов;

- оценка «удовлетворительно» - 72%-56% баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 55% баллов.

Контрольные вопросы к устному опросу по курсу

1. Когда появилась сеть ARPANET и ее назначение?
2. Кто создал протокол HTTP? Когда и где это произошло?
3. Что такое Всемирная паутина?
4. Перечислите основные сервисы сети Интернет.
5. Какая организация занимается стандартизацией технологий, используемых в Сети?
6. Какая организация занимается раздачей больших объемов IP-адресов?
7. Какая организация занимается регулированием адресного пространства Сети?
8. Когда заработал закон США о сохранении авторских прав в интернете и каким событием это ознаменовалось?
9. Что такое домен?
10. Сколько доменов верхнего уровня существует?
11. Для чего нужны базы данных DNS?
12. Сколько существует DNS-серверов верхнего уровня и где они находятся?
13. Может ли работать интернет без DNS системы?
14. Что такое киберсквоттинг?
15. Какие виды киберсквоттинга существуют?
16. Какие виды киберсквоттинга наказуемы?
17. Что такое одноранговая локальная сеть?
18. Что такое браузер?
19. Какие браузеры вам известны?
20. Что такое HTML?
21. Что такое URL?
22. Расскажите о принципах работы электронной почты?
23. Когда появилась электронная почта и кто ее создатель?
24. Правила записи адреса электронной почты?
25. Назовите функции почтового сервера.
26. Назовите функции почтового клиента.
27. Какие почтовые клиенты вы знаете?
28. Назовите основные требования сетевого этикета.
29. Назовите сервисы on-line общения.
30. Что такое спам?
31. Какие методы защиты от спама вам известны?
32. Какие принципы лежат в основе технологии wiki-wiki?
33. Кто создал первый ресурс в технологии wiki-wiki и как он назывался?
34. Назначение блогов.
35. В чем отличие блогов от форумов?
36. Кто придумал термин web 2.0?
37. В чем суть технологий web 2.0?
38. Что такое гражданская журналистика?
39. Какие ресурсы предназначены для хранения интернет-ссылок?
40. Какие ресурсы предназначены для хранения видео?
41. Какие ресурсы предназначены для хранения фотографий?

42. Какие ресурсы предназначены для хранения презентаций?
43. Какие ресурсы предназначены для хранения документов различной природы? 44. Принципы работы социальных сетей.
45. Что такое смысловая релевантность?
46. Что такое формальная релевантность?
47. Назовите характеристики результатов отклика поисковой машины.
48. Что такое полнота отклика поисковой машины?
49. Что такое точность поиска поисковой машины?
50. Назовите виды информационно-поисковых систем.
51. Когда появился первый каталог, кто его создал и как он назывался?
52. Когда появился первый поисковый робот, кто его создал и как он назывался? 53. Принципы устройства поисковой машины.
54. Как работают мета-поисковые системы?
55. Какие виды мета-поисковых систем вы знаете?
56. Как учитывать особенности естественного языка при составлении запроса?
57. Что такое поисковый язык?
58. какие операторы поискового языка вы знаете?
59. Как скачать изображение из Сети?
60. Как скачать документ pdf из Сети?
61. Как скачать архив из Сети?
62. Как правильно описать ссылки на интернет-ресурс?
63. Что такое контент сайта?
64. Перечислите проблемы, возникающие при поддержании актуальности информации на сайте.
65. Дайте определение CMS.
66. Чем динамический сайт отличается от статического?
67. Перечислите характеристики контента.
68. Что понимается под персонализацией контента?
69. Что понимается под глобализацией контента?
70. Перечислите критерии классификации систем управления контентом.
71. Что такое простая CMS?
72. Чем шаблонная CMS отличается от простой?
73. Каковы характеристики профессиональной CMS?
74. Перечислите функциональные возможности универсальной системы управления контентом.
75. Каковы требования к системе управления контентом?
76. Что называют аудиторией сайта?
77. В чем особенности нетрнет-исследования?
78. Дайте краткую характеристику РуНету?
79. Для чего нужны стандарты веб-аналитики?
80. Что такое анализатор логов?
81. По каким принципам работает счетчик рейтингов?
82. По каким принципам работает система интернет-статистики с детализацией по просмотру страниц?
83. По каким принципам работает система интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице?

84. Для чего нужен журнал посещаемости сайте?
85. Что такое профиль сайта?
86. Для чего нужен перечень сайтов, посещаемой целевой аудиторией вашего сайта?
87. Как определить целевую аудиторию сайта?
88. Перечислите типы посетителей сайта.
89. Как построить модель поведения посетителей сайта?
90. Для чего нужны ключевые слова сайта?
91. Перечислите виды запросов к поисковым системам?
92. Что понимается под семантическим ядром сайта?
93. Какие страницы сайта называются ключевыми?
94. В чем заключается стратегия продвижения сайта?
95. Перечислите российские системы интернет-статистики.