

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Аксенов Сергей Леонидович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.08.2022 09:15  
Идентификатор ключа:  
159e22ec4edaa8a694913d5c08c0b6671130587da9e1ac18453481faf5ad101e

автономная некоммерческая организация  
высшего образования  
«Региональный финансово-экономический институт»

Кафедра экономики и управления



Утверждаю  
Декан юридического факультета  
Ю.И. Петренко  
«29» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины  
**«ОПТИМИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ  
САЙТОВ В ИНТЕРНЕТ»**

Направление подготовки **38.03.05 Бизнес-информатика**  
Профиль **Информационный бизнес**  
Квалификация (степень) **Бакалавр**

Факультет экономический  
Заочная форма обучения



Курск 2020

Рецензенты:

Молодкина Ю.Н., ст. преподаватель кафедры экономики и управления;  
Черников Е.И., кандидат экономических наук, ст. преподаватель  
кафедры экономики и управления.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от от 11 августа 2016 г. N 1002.

Рабочая программа предназначена для методического обеспечения дисциплины образовательной программы 38.03.05 Бизнес-информатика.

«29» мая 2020 г.

Составитель:



Смецкой А.С., ст. преподаватель  
кафедры экономики и управления

© Смецкой А.С., 2020

© Региональный финансово-экономический институт, 2020

**Лист согласования рабочей программы  
дисциплины «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет»**

Направление подготовки 38.03.05: **Бизнес-информатика**

Профиль: **Информационный бизнес**

Квалификация (степень): **Бакалавр**

Факультет экономический

Заочная форма обучения

2020/2021 учебный год

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 8 от «29» мая 2020 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ С.Л. Аксенов

Составитель: \_\_\_\_\_ Смецкой А.С.

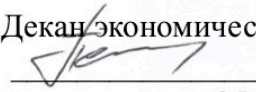
**Согласовано:**

Начальник УМУ \_\_\_\_\_ О.И. Петренко, «29» мая 2020 г.

Библиотекарь \_\_\_\_\_ Т.А. Котельникова, «29» мая 2020 г.

Председатель методической комиссии по профилю \_\_\_\_\_ В.Н. Бутова, «29» мая 2020 г.

**Изменения в рабочей программе  
дисциплины «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет»  
на 2021-2022 уч. год**

Утверждаю  
Декан экономического факультета  
 Ю.И. Петренко  
«25» августа 2021 г.

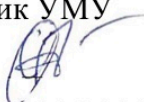
В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1) внесены изменения в перечень вопросов для подготовки к экзамену.


Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 1 от «25» августа 2021 г.

Зав. кафедрой  С.Л. Аксенов

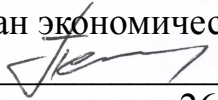
**Согласовано:**

Начальник УМУ  
  
\_\_\_\_\_ О.И. Петренко, «25» августа 2021 г.

Председатель методической комиссии по профилю

  
\_\_\_\_\_ В.Н. Бутова, «25» августа 2021 г.

**Изменения в рабочей программе  
дисциплины «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет»  
на 2022-2023 уч. год**

Утверждаю  
Декан экономического факультета  
  
Ю.И. Петренко  
«26» августа 2022 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) внесены изменения в список дополнительной литературы;
- 2) внесены изменения в список интернет-ресурсов.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 1 от «26» августа 2022 г.

Зав. кафедрой  С.Л. Аксенов

**Согласовано:**

Начальник УМУ

  
О.И. Петренко, «26» августа 2022 г.

Председатель методической комиссии по профилю

  
В.Н. Бутова, «26» августа 2022 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Цель и задачи изучения дисциплины .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Место дисциплины в структуре ООП .....</b>	<b>6</b>
<b><u>СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</u></b>	<b><u>7</u></b>
<b>4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....</b>	<b>7</b>
<b><u>ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ .....</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b>5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....</b>	<b>18</b>
<b>6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....</b>	<b>29</b>
<b>7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....</b>	<b>29</b>
<b>8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля) .....</b>	<b>30</b>
<b>9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) .....</b>	<b>30</b>
<b>10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....</b>	<b>48</b>
<b>11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....</b>	<b>49</b>
<b><u>ПРИЛОЖЕНИЯ .....</u></b>	<b><u>50</u></b>

## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

### **1. Цель и задачи изучения дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет» является сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки по продвижению сайтов в поисковых системах.

Задачи изучения дисциплины:

- научить проводить анализ и исследование ИТ рынка;
- консультирование заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент;
- научить описывать целевые сегменты ИКТ-рынка;
- научить формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.

### **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- способен к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-9);
- осознает сущность и значение информации в развитии современного общества (ОК-11);
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации (ОК-12);
- способен работать с информацией из различных источников (ОК-16);
- проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ (ПК-2);
- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет (ПК-11);
- консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент (ПК-23);
- описывать целевые сегменты ИКТ-рынка (ПК-26);
- создавать новые бизнесы на основе инноваций в сфере ИКТ (ПК-29).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- принципы поиска информации пользователями в сети Интернет, источники трафика (З-1);
- принципы работы поисковых систем (З-2);
- методы оценки движения, сбора статистики сайта и ее анализа (З-3);

- внешние и внутренние факторы, определяющие положение сайта в результатах поиска (З-4);
- методы автопродвижения и нестандартного продвижения сайтов (З-5);
- терминологию и предметную область оптимизации сайтов и их продвижения в Интернет (З-6).

Уметь:

- использовать изображения для продвижения сайтов (У-1);
- работать со ссылками (У-2);
- корректировать сайт для продвижения в поисковых системах (У-3);
- оценивать и анализировать поисковые запросы, статистику сайта (У-4);
- формировать стратегию поисковой оптимизации (У-5);
- пользоваться поисковой рекламой (У-6).

Владеть:

- – методологией анализа статистики сайта, контент-анализа, коррекции сайта для продвижения в поисковых системах (В-1).

Соотнесение результатов обучения по дисциплине с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлено в таблице, Приложение 1.

### **3. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина включена в вариативную часть профессионального цикла ООП и является обязательной дисциплиной.

К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет», относятся знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения предметов профессионального цикла: «Разработка web приложений», «Управление разработкой ИС».

Изучение данной дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин профессионального цикла: «Стратегический маркетинг», «Эффективность ИТ».



## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Схема распределения учебного времени по видам учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины при заочной форме обучения – 3 зачетные единицы (108 академических часов)

#### Схема распределения учебного времени по семестрам

Виды учебной работы	Трудоемкость, час	
	4 курс	Всего:
Общая трудоемкость	108	108
Аудиторная работа	6	12
в том числе:		
лекции	2	2
лабораторные занятия	2	2
практические занятия	2	2
Самостоятельная работа	93	93
Курсовая работа	+	+
Промежуточная аттестация (экзамен)	9	9

#### Тематический план

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Общая трудоемкость, час	В том числе аудиторных			Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
			всего	из них:			
				лекц	лабор		
1	Поисковые системы и каталоги.	15				15	
2	Принципы поиска информации пользователями.	16				16	
3	Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.	16				16	
4	Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.	16				16	
5	Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.	20	6	2	2	2	14

6	Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.	16					16	
	Промежуточная аттестация (экзамен)	9						9
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>93</b>	<b>9</b>

## **Структура и содержание дисциплины**

### **Тема 1. Поисковые системы и каталоги.**

Поиск информации и поисковые машины. Принципы работы поисковой машины. Индекс поисковой машины. Индексация ссылок. Машинная морфология. Какие сайты индексирует поисковая машина? Индексация баз данных. Язык запросов. Предварительная обработка запросов поисковой машиной. Цели и типы поисковых запросов. Полнота и точность. Ранжирование.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-2.

### **Тема 2. Принципы поиска информации пользователями.**

Трафик и посетители. Клавиатурный (type-in) трафик. Поисковый трафик. Ссылающиеся сайты. Ценность разных видов трафика. Социальные сети и сообщества. Социально-поисковые сервисы. Сервисы «Вопрос-Ответ». Сервисы социальных закладок.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с

элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-11, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-1, У-4.

### **Тема 3. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.**

Факторы, влияющие на индексацию сайта. Адреса страниц. Работа серверных скриптов. Управление индексацией сайта. Дата изменения документа. Три уровня сложности в продвижении сайта. Видимость сайта в поисковых системах. Метод сравнения с эталоном. Метод подсчета количества эффективных показов. Проблемы переменных. Сравнение частот в разных поисковых системах. Подходы к оценке эффективности позиции ссылки. Эффективные показы. Тематические рейтинги. Метод учета поискового трафика. Учет действий пользователя. Выбор метода оценки продвижения.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-3, У-2.

### **Тема 4. Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

Использование опечаток и ошибок для продвижения в поисковых системах. Запрос с опечаткой. Запросы с грамматическими ошибками. Как использовать запросы, введенные с ошибкой. Оптимизация альтернативных форматов документов (Flash, PDF, DOC, XML). Поисковая (контекстная) реклама. Системы показа контекстной рекламы. Формат и места размещения рекламных материалов. Условия показа рекламы. Модель оплаты рекламы. Возможность автоматического подбора лучше объявления. Таргетинг. Тестирование эффективности рекламной кампании. Определение, откуда пришел покупатель. Определение, сколько посетителей пришли по объявлениям поисковой рекламы.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-5, У-1.

### **Тема 5. Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.**

Виды запросов, характерные для различных потребностей поиска. Оценка поисковых запросов. Методика составления семантического ядра. Оценка семантического ядра в целом. Интернет-статистика. Подсчет посетителей. Точность подсчетов. Обработка данных. Собственный анализ данных. Счетчики.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-4, У-3, У-5.

### **Тема 6. Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

«Продающие» сайты. Цели сайта. Продажа чужих товаров, или «партнерки». Продажа рекламы. Некоммерческие сайты. Интернет-магазины. Форумы.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Образовательные технологии, методы и формы обучения: дистанционные образовательные технологии, объяснительно-иллюстративного обучения с элементами проблемного изложения; развивающего обучения, проблемная лекция, практическое занятие.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-23, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-6, У-6.



## **Практические занятия**

### **Практическое занятие №1. Поисковые системы и каталоги.**

**Цель:** изучить принципы работы поисковых систем и каталогов.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Что такое индекс поисковой машины?
2. Какие сайты индексирует поисковая машина?
3. Как происходит индексация баз данных?
4. Что такое ранжирование?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Практическое занятие №2. Принципы поиска информации пользователями.**

**Цель:** познакомиться с принципами поиска информации пользователями.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Что такое клавиатурный трафик?
2. Принцип работы ссылающихся сайтов.
3. Какова ценность разных видов трафика?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-11, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-1, У-4.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Практическое занятие №3. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.**

**Цель:** ознакомиться с видами продвижения сайтов в поисковых системах.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Какие факторы влияют на индексацию страниц?
2. Что такое адреса страниц?
3. Объяснить принципы работы серверных скриптов.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-3, У-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

#### **Практическое занятие №4. Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

**Цель:** охарактеризовать нестандартные способы продвижения сайтов в Интернет.

##### **Вопросы для обсуждения**

1. Что такое запрос с опечаткой?
2. Как использовать запросы с опечаткой или грамматической ошибкой в свою пользу?
3. Как происходит процесс оптимизации альтернативных форматов документов?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-5, У-1.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

#### **Практическое занятие №5. Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.**

**Цель:** узнать как оценить качество стратегии поисковой оптимизации.

##### **Вопросы для обсуждения**

1. Как пользоваться Интернет-статистикой?
2. Что такое семантическое ядро?
3. Как должна производиться обработка данных?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-4, У-3, У-5.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

#### **Практическое занятие №6. Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

**Цель:** ознакомиться с принципами работы с типовыми проектами.

##### **Вопросы для обсуждения**

1. Что понимают под продажей рекламы?
2. Принципы работы “продающих” сайтов.
3. Что такое интернет-магазин?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-23, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-6, У-6.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.



## **ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ**

### **Лабораторная работа №1. Поисковые системы и каталоги.**

**Цель:** ознакомиться с поисковыми машинами Google, Yandex, Yahoo!.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое индекс поисковой машины?
2. Какие сайты индексирует поисковая машина?
3. Как происходит индексация баз данных?
4. Что такое ранжирование?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Лабораторная работа №2. Принципы поиска информации пользователями.**

**Цель:** рассмотреть принципы поиска информации с помощью Google Analytics.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое ключевые слова?
2. Что такое контекстные ссылки?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-11, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-1, У-4.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Лабораторная работа №3. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.**

**Цель:** ознакомиться с информацией Google Analytics, способствующей выбору вида продвижения сайта.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Какие факторы влияют на индексацию страниц?
2. Что такое адреса страниц?
3. Объяснить принципы работы серверных скриптов.

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-3, У-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

**Лабораторная работа №4. Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

**Цель:** ознакомиться с сервисом Google AdWords.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Что такое контекстная реклама?
2. Что такое адреса страниц?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-5, У-1.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

**Лабораторная работа №5. Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.**

**Цель:** ознакомиться с информацией Google Analytics, способствующей оценке качества оптимизации сайта.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Как пользоваться Интернет-статистикой?
2. Что такое семантическое ядро?
3. Как должна производиться обработка данных?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-4, У-3, У-5.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

**Лабораторная работа №6. Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

**Цель:** изучить типичные шаблоны для разных типов сайтов.

**Вопросы для обсуждения:**

4. Что понимают под продажей рекламы?
5. Принципы работы “продающий” сайтов.
6. Что такое интернет-магазин?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-23, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-6, У-6.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **Тема 1. Поисковые системы и каталоги.**

Написание рефератов на тему:

1. История развития поисковых систем.
2. Особенности механизма поиска.

Ответы на вопросы:

1. Что такое поисковые машины?
2. Каковы основные принципы поисковой машины?
3. Что называют индексом поисковой машины?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Тема 2. Принципы поиска информации пользователями.**

Написание рефератов на тему:

1. Особенности поисковых систем: структура сети, структура работы поисковых систем.

Ответы на вопросы:

1. Что такое поисковый трафик?
2. Чем ценны разные виды трафика?
3. Какие существуют виды социально-поисковых сервисов?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-11, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: 3-1, У-4.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

### **Тема 3. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.**

Написание рефератов на тему:

1. Характеристика видов информационно-поисковых систем, анализ их преимуществ и недостатков.
2. Приемы простого поиска с помощью ключевых слов.

Ответы на вопросы:

1. Какие факторы влияют на индексацию сайта?
2. Как работают серверные скрипты?
3. Какие три уровня сложности продвижения выделяют?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-3, У-2.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

#### **Тема 4. Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

Написание рефератов на тему:

1. Формирование вопроса и критерий к ответу на него.

Ответы на вопросы:

1. Как используют запросы с опечатками или грамматическими ошибками при продвижении сайта?
2. Как работает система показа контекстной рекламы?
3. Что понимают под моделью оплаты рекламы?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-5, У-1.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

#### **Тема 5. Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.**

Ответы на вопросы:

1. Какие бывают характерные для различных видов потребностей виды поиска?
2. Как происходит оценка поисковых запросов?
3. Что такое интернет-статистика?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-4, У-3, У-5.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

**Тема 6. Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

Написание рефератов на тему:

1. Поисковые системы и правила поиска информации.
2. Обзор поисковых систем сети Internet. Все о поисковых системах Yandex, Google, Rambler.

Ответы на вопросы:

1. Что такое “продающий сайт”?
2. Какие бывают цели сайта?
3. Что понимают под некомерческими сайтами?

Литература:

Основная – 1.

Дополнительная – 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.

Формируемые компетенции: ОК-9, ОК-11, ОК-16, ПК-2, ПК-23, ПК-26, ПК-29.

Образовательные результаты: З-6, У-6.

Формы контроля, оценочные средства: текущий контроль: опрос, информационное сообщение; конспект.

## **Примерная тематика курсовых работ**

1. Принципы функционирования роботов поисковых систем.
2. Особенности продвижения в Интернет сайтов СМИ.
3. Особенности продвижения в Интернет туристических сайтов.
4. Особенности продвижения в Интернет блогов.
5. Особенности продвижения в Интернет региональных сайтов.
6. Особенности продвижения в Интернет социальных сетей и сообществ.
7. Выбор удаленного исполнителя.
8. Современные тенденции SEO-копирайтинга.
9. Оценка эффективности сайта как инструмента продаж.
10. Методики оценки продвижения сайта в Интернет.
11. Обзор и оценка факторов, влияющих на расположение сайта в результатах поиска.
12. Средства и методы автопродвижения сайтов, их эффективность.
13. Использование изображений для продвижения сайта.
14. Обзор нестандартных методов продвижения сайта.
15. Спам и его роль в рейтингах поиска и продвижении сайта.
16. Основные принципы создания "хороших" сайтов, вопросы этики и правомерности использования средств продвижения сайтов.
17. Разработка стратегии поисковой оптимизации.
18. Поисковая реклама и эффективность продвижения сайта в Интернет.
19. Обзор современных средств оценки посещаемости сайтов.

Вопросы для самоконтроля по самостоятельно изученным темам

### **Тема 1. Поисковые системы и каталоги.**

1. Что такое поисковые машины?
2. Каковы основные принципы поисковой машины?
3. Что называют индексом поисковой машины?
4. Что такое машинная морфология?
5. Как происходит предварительная обработка запросов поисковой машины?

### **Тема 2. Принципы поиска информации пользователями.**

1. Что называют трафиком?
2. Что такое поисковый трафик?
3. Чем ценны разные виды трафика?
4. Какие существуют виды социально-поисковых сервисов?

### **Тема 3. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах.**

1. Какие факторы влияют на индексацию сайта?
2. Как работают серверные скрипты?
3. Какие три уровня сложности продвижения выделяют?
4. Что такое эффективные показы?
5. Что называют тематическими рейтингами?
6. Назовите принципы выбора методов оценки продвижения.

### **Тема 4. Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

1. Как используют запросы с опечатками или грамматическими ошибками при продвижении сайта?
2. Как работает система показа контекстной рекламы?
3. Что понимают под моделью оплаты рекламы?
4. Что такое таргетирование?
5. Как определить откуда пришел посетитель?

### **Тема 5. Качества поиска и стратегии поисковой оптимизации.**

1. Какие бывают характерные для различных видов потребностей виды поиска?
2. Как происходит оценка поисковых запросов?
3. Что такое интернет-статистика?
4. Что понимают под семантическим ядром?

### **Тема 6. Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

1. Что такое “продающий сайт”?
2. Какие бывают цели сайта?
3. Что понимают под некомерческими сайтами?



4. Как функционируют интернет-магазины?

### **Примерный перечень вопросов к экзамену**

1. Какие сайты индексирует поисковая машина?
2. Какие выделяют цели и типы поисковых запросов?
3. Что такое ранжирование?
4. Что такое сервисы социальных закладок?
5. Какие принципы работы социально-поисковых сервисов?
6. Что понимают под поисковым трафиком?
7. Что такое адреса страниц?
8. Что понимают под методом сравнения с эталоном?
9. Что такое эффективные показы?
10. Каким образом происходит тестирование эффективности рекламной программы?
11. Какие стандартные условия показа рекламы?
12. Какие основные принципы контекстной рекламы?
13. Что такое интернет-статистика?
14. Как происходит подсчет посетителей?
15. Что такое счетчики?
16. Каким образом реализуется продажа рекламы?
17. Что такое форумы?
18. Как функционируют некоммерческие сайты?

## **Научно-исследовательская работа**

### **1. Тема: Поисковые системы и каталоги.**

Содержание самостоятельной работы: Конспектирование первоисточников, портфолио –поиск и накопления информации.

Формируемые компетенции: .

Образовательные результаты: .

Формы контроля, оценочные средства: коллоквиум.

### **2. Тема: Современные способы сетевой рекламы и нестандартные способы продвижения.**

Содержание самостоятельной работы: Подготовка доклада.

Формируемые компетенции: .

Образовательные результаты: .

Формы контроля, оценочные средства: доклад.

### **3. Тема: Работа с типовыми проектами: интернет-магазин, форум, сайты различных тематик.**

Содержание самостоятельной работы: Подготовка реферата / презентации.

Формируемые компетенции: .

Образовательные результаты: .

Формы контроля, оценочные средства: презентация, защита реферата.

## Курсовая работа:

### **Цели, задачи и ход работы**

Цель: применение на практике теоретических знаний, полученные в ходе изучения дисциплины

Задачи выполнения курсовой работы: создание качественного интернет-сайта, содержащего уникальный, оптимизированный для поисковых систем контент.

Ход работы: создать свой интернет-сайт по представленным требованиям, описать его создание в курсовой работе и выложить его на публичный хостинг при помощи сервиса GitHub Pages.

### **Перечень возможных тем:**

#### 1. Сервис вашего города

Вы можете создать сайт, предоставляющий информацию о какой-либо сфере услуг Вашего города. Это может быть сайт об отелях и гостиницах, службах такси, информация о типографиях и т.д. При выборе этой темы вам потребуется собрать достоверную информацию об услугах и ценах описываемых вами сервисов, а также представить их сравнение.

#### 2. Места прогулки в вашем городе

Опишите наиболее привлекательные места Вашего города. Выбор этой темы подразумевает размещение карт на Вашем сайте. Приветствуется создание уникальных фотографий описываемых Вами мест.

#### 3. Сайт-визитка фирмы

Вы можете создать сайт-визитку существующей или выдуманной Вами фирмы, где представите контактные данные компании, информацию о сфере деятельности, ее продукции и т.д. Выбор этой темы подразумевает более детальный анализ поискового спроса и семантического ядра сайта.

#### 4. Свой вариант

Придумайте наиболее привлекательную для вас тематику сайта. Выбор своей темы сайта подразумевает актуальность и уникальность идеи, которые обязательно нужно будет описать в тексте курсовой работы.

### **Разработка контента**

Работу над сайтом следует начинать с определения *целевой аудитории вашего сайта*. Опишите, почему эта аудитория будет приходить на ваш сайт. Сформулируйте, в какой информации нуждаются ваши посетители для быстрого и эффективного достижения своих целей. Создайте *карту сайта*, в описании работы покажите, как сгруппированы страницы. Создайте и проанализируйте *семантическое ядро* сайта. После чего переходите к созданию контента вашего сайта.

Вы можете заимствовать небольшие части текста и изображения из сторонних источников, однако ваш сайт не должен являться копией уже существующего в сети ресурса, он должен быть уникальным. В тексте используйте точные цитаты запросов, по которым продвигается страница, не

допуская излишних повторов. Обеспечьте, по возможности, наличие нужных словосочетаний и ключевых слов ближе к началу страницы.

Разделяйте содержания на логические группы. Лучше всего организовывать контент так, чтобы было видно, где заканчивается одна тема и начинается другая. Пишите легкий для чтения текст, не следует размещать текст с грамматическими или синтаксическими ошибками.

#### Создание и оптимизация сайта

Ваш сайт должен состоять минимум из пяти HTML-страниц и двух файлов CSS. Для оптимизации сайта грамотно составляйте заголовки страниц. Используйте метатег `<description>`, который даст поисковой системе краткое описание содержимого страницы.

Выберите название, которое наиболее соответствует содержанию страницы. Кроме того, название каждой страницы должно быть уникальным, а также кратким, но точным. Не следует засорять название бессвязным набором ключевых слов.

По возможности следует использовать нужные словосочетания в заголовках (`<h1>`-`<h4>`), тегах выделения (`<strong>`, `<em>`) и в комментариях к графическим файлам (``). Используйте семантические теги HTML5 (`<article>`, `<footer>`, `<nav>` и т.д.). Ваш сайт должен содержать панель навигации, блок размещения авторской и контактной информации в нижней части сайта (футер). Группируйте логически связанные части контента в блоки.

Файлы следует хранить в отдельных директориях. Используйте широко поддерживаемые типы файлов (JPEG, GIF, PNG, SVG).

Структурируйте ваш код, расставляйте элементы в порядке их иерархичности, в этом вам могут помочь сервисы [DirtyMarkup.com](http://DirtyMarkup.com) или [CodeBeautify.org](http://CodeBeautify.org). Не забывайте закрывать нужные теги.

#### **Написание курсовой работы**

Кроме созданного сайта вам потребуется написать курсовую работу, оформленную согласно [общим требованиям к оформлению курсовых и дипломных работ](#).

Структура курсовой работы:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- теоретическая часть;
- практическая часть;
- заключение.

Оглавление должно быть расположено на 2-й странице. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте. В оглавление не включают титульный лист.

Во введении обоснуйте выбранную вами тематику сайта, опишите целевую аудиторию вашего сайта. Опишите, почему эта аудитория будет приходить на ваш сайт.

В теоретической части подробно опишите и проанализируйте созданное вами семантическое ядро сайта. Укажите частоту каждого запроса вашего семантического ядра по данным [поисковой статистики «Рамблера»](#) и [сервиса «Яндекс Wordstat»](#). В своей работе приведите обоснования выбранных запросов в качестве семантического ядра. Представьте разработанную вами схему сайта, обоснуйте необходимость создания представленных разделов. Также вами должна быть представлена структурная схема сайта, отражающая визуальную иерархию и определяющая самые важные части каждой страницы. Теоретическая часть должна включать в себя информацию о цветовой гамме, шрифте, фоне и изображениях используемых на вашем сайте. Опишите средства оптимизации контента, а также особенности HTML и CSS кода, созданного вами.

Практическая часть должна содержать код ваших HTML- и CSS-файлов. Код должен быть структурирован, элементы кода расставлены в порядке иерархичности.

В заключении сделайте выводы о проделанной работе, представьте список используемых вами интернет-сервисов, которыми вы пользовались при разработке сайта.

**В результате выполнения заключительной части работы Вы должны:**

- Выгрузить файл курсовой работы на портал [my.rfei.ru](http://my.rfei.ru)
- Разместить созданный вами сайт на хостинге «[GitHub Pages](#)»
- Написать эссе «Курсовая работа» и включить в него следующие ссылки:
  - Ссылка на ваш сайт в [GitHub Pages](#)
  - Ссылка на репозиторий вашего сайта в [GitHub](#)
  - Ваши впечатления от проделанной работы

### **Примерный перечень вопросов к коллоквиуму**

1. Предварительная обработка запросов поисковой машиной.
2. Социальные сети и сообщества. Виды и типы.
3. Как происходит управление индексацией сайта?
4. Как учитывать действия пользователя?
5. Процесс отпределения откуда пришли пользователи.
6. Как обрабатывать данные статистики?
7. Принципы работы счетчиков.
8. Что такое партнерская программа?

### **Примерные темы рефератов**

1. История развития поисковых систем.
2. Особенности механизма поиска.
3. Сравнительный обзор справочно-поисковых систем Интернета.
4. Понятие поисковых роботов.
5. Наиболее популярные поисковики для русскоязычного пользователя.
6. Перспективы развития поисковых систем.
7. Исторические предпосылки развития поисковых систем.
8. Особенности поисковых систем: структура сети, структура работы поисковых систем.
9. Структура справочно-поисковых систем сети Интернет, работа механизмов поиска.
10. Принципы действия регистров, скобок, метасимволов.
11. Анализ новых интернет ресурсов.
12. История возникновения и описание западных и русскоязычных поисковых систем.
13. Общее представление о поисковых службах.
14. Характеристика видов информационно-поисковых систем, анализ их преимуществ и недостатков.
15. Приемы простого поиска с помощью ключевых слов.
16. Сохранение информации на компьютере для ее последующего использования.
17. Анализ возможностей поисковых систем Яндекс и Google, их сравнение с точки зрения полезности.
18. История создания поисковых систем, характеристика их интерфейса, поисковых инструментов и алгоритмов.
19. Формирование вопроса и критерий к ответу на него.
20. Хранение данных в сети Internet.
21. Гипертекстовые документы, виды файлов.
22. Графические файлы, их виды и особенности.
23. Поисковые системы и правила поиска информации.

24. Обзор поисковых систем сети Internet. Все о поисковых системах Yandex, Google, Rambler.

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

См. Приложение №2 к рабочей программе.

**7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

**Основная литература**

1. Ашманов И., Иванов А., Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах (3-е издание): Питер, 2011.

**Дополнительная литература**

1. О. И. Крохина, М. Н. Полосина. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей. Инфра-Инженерия. 2012 г.
2. М. Б. Зуев, П. А. Маурус, А. Г. Прокофьев. Продвижение сайтов в поисковых системах. Спасательный круг для малого бизнеса. Бином. Лаборатория знаний. 2011 г.
3. Кент Вертайм, Ян Фенвик. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. Альпина Паблишер, Юрайт. 2010
4. Иван Севостьянов. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. Питер. 2012 г.
5. Н. В. Евдокимов. Основы контентной оптимизации. Эффективная интернет-коммерция и продвижение сайтов в интернет. Вильямс. 2007 г.
6. Ю. А. Зиссер. Маркетинг on-line. Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж. Издательство Гревцова. 2007 г.
7. Денис Каплунов. Копирайтинг массового поражения. Питер. 2011 г.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Электронная библиотека Регионального финансово-экономического института <http://students.rfei.ru/a/students/library.aspx>
2. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru>
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
4. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
5. Российская Государственная Библиотека <http://www.rsl.ru/>
6. Научная электронная библиотека <http://txt.elibrary.ru/>
7. Научная библиотека Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова <http://www.lib.msu.su/index.html>
8. Открытая русская электронная библиотека <http://orel.rsl.ru/index.shtml>
9. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета <http://www.lib.pu.ru/>

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и объяснений, позволяющих бакалавру оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Известно, что в структуре учебного плана значительное время отводится на самостоятельное изучение дисциплины. В рабочих программах дисциплин размещается примерное распределение часов аудиторной и внеаудиторной нагрузки по различным темам данной дисциплины.

Для успешного освоения дисциплины бакалавр должен:

1. Прослушать курс лекций по дисциплине.
2. Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях, включая решение задач.
3. Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя.
4. Решить все примерные практические задания, рассчитанные на подготовку к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации особое внимание следует обратить на следующие моменты:

1. Выучить определения всех основных понятий.
2. Повторить все задания, рассматриваемые в течение семестра.
3. Проверить свои знания с помощью тестовых заданий.

### **Рекомендации по работе на лекционном занятии**

На лекциях преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на



самостоятельную работу. В ходе лекции бакалавр должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

### **Рекомендации для самостоятельной работы**

Самостоятельная работа бакалавров – планируемая учебная, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Цель самостоятельной работы бакалавра – научиться осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, изучить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Целью самостоятельной работы бакалавров по дисциплине является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками решения задач и теоретическим материалом по дисциплине. Самостоятельная работа способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению различных проблем.

В зависимости от конкретных видов самостоятельной работы, используемых в каждой конкретной рабочей программе, следует придерживаться следующих рекомендаций.

Одной из форм текущего контроля знаний студентов является контрольная работа. Контрольная работа подразумевает знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.

Выполняя контрольную работу, необходимо внимательно ознакомиться с условиями заданий и написать развернутый и аргументированный ссылкой на нормативные акты и литературу ответ. При написании контрольной работы необходимо проанализировать научную и учебную специальную литературу, действующие нормативно-правовые акты, публикации в периодической печати, судебную практику, статистические данные. В процессе выполнения работы необходимо подтверждать свои выводы цифровыми примерами, представленными в виде таблиц, диаграмм, графиков, а также примерами судебной практики. Как правило, контрольные работы проводятся на семинарском занятии.

Подготовка к написанию реферата предполагает поиск литературы и составление списка используемых источников, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; формулирование основных аспектов проблемы.

Коллоквиум представляет собой одну из форм учебных занятий, ориентированную на определение качества работы с конспектом лекций, подготовки ответов к контрольным вопросам и др. Коллоквиумы, как правило, проводятся в форме мини-экзамена, имеющего целью уменьшить список тем,

выносимых на основной экзамен, и оценить текущий уровень знаний бакалавров.

При подготовке к практикуму/лабораторной работе бакалаврам предлагается выполнить задания, подготовить проекты, составленные преподавателем по каждой учебной дисциплине.

Следует также учитывать краткие комментарии при написании курсовой работы, если она предусмотрена рабочей программой, и подготовке к итоговому контролю, проводимого в форме зачета и (или) экзамена. Так, написание курсовой работы базируется на изучении научной, учебной, нормативной и другой литературы. Включает отбор необходимого материала, формирование выводов и разработку конкретных рекомендаций по решению поставленных цели и задач, проведение практических исследований по данной теме. Все необходимые требования к оформлению находятся в методических указаниях по написанию курсовой работы.

### **Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию**

Семинарское занятие представляет собой такую форму обучения в учреждениях высшего образования, которая предоставляет студентам возможности для обсуждения теоретических знаний с целью определения их практического применения, в том числе средствами моделирования профессиональной деятельности. Семинарские занятия служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности бакалавров по изучаемой дисциплине. При наличии практических заданий по изучаемой дисциплине бакалавр выполняет все упражнения и задачи, подготовленные преподавателем. Целью практического занятия является более углубленное изучение отдельных тем дисциплины и применение полученных теоретических навыков на практике.

Семинарское занятие не сводится к закреплению или копированию знаний, полученных на лекции. Его задачи значительно шире, сложнее и интереснее. Семинарское занятие одновременно реализует учебное, коммуникативное и профессиональное предназначение. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к планам семинарских занятий.

Подготовка к практическим занятиям должна носить систематический характер. Это позволит бакалавру в полном объеме выполнить все требования преподавателя.

Тщательная подготовка к семинарским занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: семинар пройдет так, как аудитория подготовилась к его проведению.

Самостоятельная работа – столп, на котором держится вся подготовка по

изучаемому курсу. Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, альбомами схем и др. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимостью.

При подготовке к семинару бакалавры имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем бакалавры вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Следует иметь в виду, что в семинаре участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию следует распределить на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному семинару или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к семинару. Для получения более глубоких знаний бакалаврам рекомендуется изучать дополнительную литературу. Следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, альбомами схем и др. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимостью. В ходе работы студент должен применить приобретенные знания при обобщении теоретического и практического материала, продемонстрировать навыки грамотного изложения своих мыслей с использованием общеправовой и отраслевой терминологии.

Семинар (практическое занятие) предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Преподаватель формулирует цель занятия и характеризует его основную проблематику. Заслушиваются сообщения бакалавров. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Кроме того заслушиваются сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. Преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим бакалаврами. В целях контроля подготовленности бакалавров и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

На семинаре идёт не проверка вашей подготовки к занятию (подготовка

есть необходимое условие), но степень проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы, не все из которых могут прямо относиться к обработанной вами литературе.

В ходе практических занятий бакалавры под руководством преподавателя могут рассмотреть различные методы решения задач по дисциплине. Продолжительность подготовки к практическому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе. Практические занятия по дисциплине могут проводиться в различных формах:

1) устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия; 2) письменные ответы на вопросы преподавателя; 3) групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя; 4) заслушивания и обсуждение контрольной работы; 5) решение задач.

При работе необходимо не только привлечь наиболее широкий круг литературы, но и суметь на ее основе разобраться в степени изученности темы. Стоит выявить дискуссионные вопросы, нерешенные проблемы, попытаться высказать свое отношение к ним, привести и аргументировать свою точку зрения или отметить, какой из имеющихся в литературе точек зрения по данной проблематике придерживается автор и почему.

### **Рекомендации по работе с литературой**

Изучение литературы очень трудоемкая и ответственная часть подготовки к семинарскому занятию, написанию эссе, реферата, доклада и т.п. Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы.

Работа с литературой, как правило, сопровождается записями в следующих формах:

- конспект – краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью конспектирования является выявление логики, схемы доказательств, основных выводов произведения;
- план – краткая форма записи прочитанного, перечень вопросов, рассматриваемых в книге, статье, составление плана раскрывает логику произведения, способствует ориентации в его содержании;
- выписки – либо цитаты из произведения, либо дословное изложение мест из источника, способствуют более глубокому пониманию читаемого текста;
- тезисы – сжатое изложение основных мыслей и положений прочитанного материала;
- аннотация – очень краткое изложение содержания прочитанной работы, составляется после полного прочтения и осмысливания работы;

- резюме – краткая оценка прочитанного произведения, отражает наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом.

Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Хотя само конспектирование уже может рассматриваться как обобщение, тем не менее есть смысл выделить последнее особицей, поскольку в ходе заключительного обобщения идеи изучаемой работы окончательно утверждаются в сознании изучающего. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к семинару следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение.

### **Рекомендации к написанию реферата**

Использование реферата в качестве промежуточного или итогового отчета студента о самостоятельном изучении какой-либо темы учебного курса предполагает, прежде всего, установление целей и задач данной работы, а также его функциональной нагрузки в процессе обучения.

**Реферат** – это композиционно-организованное, обобщенное изложение содержания источника информации (в учебной ситуации – статей, монографий, материалов конференции, официальных документов и др., но не учебника по данной дисциплине). Тема реферата может быть предложена преподавателем или выбрана студентом из рабочей программы соответствующей дисциплины.

Возможно, после консультации с преподавателем, обоснование и формулирование собственной темы.

**Тема реферата** должна отражать проблему, которая достаточно хорошо исследована в науке. Как правило, внутри такой проблемы выбирается для анализа какой-либо единичный аспект.

Тематика может носить различный характер:

- межпредметный,
- внутрипредметный,
- интегративный,

- быть в рамках программы дисциплины или расширять ее содержание (рассмотрение истории проблемы, новых теорий, новых аспектов проблемы).

**Целью реферата** является изложение какого-либо вопроса на основе обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких первоисточников. Другими словами, реферат отвечает на вопрос «какая информация содержится в первоисточнике, что излагается в нем?».

Принимая во внимание, что реферат – одна из форм интерпретации исходного текста одного или нескольких первоисточников, следует сформулировать задачу, стоящую перед студентами: создать новый текст на основе имеющихся текстов, т.е. текст о тексте. Новизна в данном случае подразумевает собственную систематизацию материала при сопоставлении различных точек зрения авторов и изложении наиболее существенных положений и выводов реферируемых источников.

### **1. Требования к рефератам.**

Прежде всего, следует помнить, что реферат не должен отражать субъективных взглядов референта (студента) на излагаемый вопрос, а также давать оценку тексту.

Основными требованиями к реферату считаются:

1. информативность и полнота изложения основных идей первоисточника;
2. точность изложения взглядов автора – неискаженное фиксирование всех положений первичного текста,
3. объективность – реферат должен раскрывать концепции первоисточников с точки зрения их авторов;
4. изложение всего существенного – «чтобы уметь схватить новое и существенное в сочинениях» (М.В. Ломоносов);
5. изложение в логической последовательности в соответствии с обозначенной темой и составленным планом;
6. соблюдение единого стиля – использование литературного языка в его научно-стилевой разновидности;
7. корректность в характеристике авторского изложения материала.

### **2. Виды рефератов.**

По характеру воспроизведения информации различают рефераты репродуктивные и продуктивные.

Репродуктивные рефераты воспроизводят содержание первичного текста:

- реферат-конспект содержит в обобщенном виде фактографическую информацию, иллюстративный материал, сведения о методах исследования, о полученных результатах и возможностях их применения;
- реферат-резюме приводит только основные положения, тесно связанные с темой текста.

Продуктивные рефераты предполагают критическое или творческое

осмысление литературы:

- реферат-обзор охватывает несколько первичных текстов, дает сопоставление разных точек зрения по конкретному вопросу;
- реферат-доклад дает анализ информации, приведенной в первоисточниках, и объективную оценку состояния проблемы.

По количеству реферируемых источников:

- монографические – один первоисточник;
- обзорные – несколько первичных текстов одной тематики.

По читательскому назначению:

- общие – характеристика содержания в целом; ориентация на широкую аудиторию;
- специализированные – ориентация на специалистов.

### ***3. Этапы работы над рефератом.***

1. Выбор темы.
2. Изучение основных источников по теме.
3. Составление библиографии.
4. Конспектирование необходимого материала или составление тезисов.
5. Систематизация зафиксированной и отобранной информации.
6. Определение основных понятий темы и анализируемых проблем.
7. Разработка логики исследования проблемы, составление плана.
8. Реализация плана, написание реферата.
9. Самоанализ, предполагающий оценку новизны, степени раскрытия сущности проблемы, обоснованности выбора источников и оценку объема реферата.
10. Проверка оформления списка литературы.
11. Редакторская правка текста.
12. Оформление реферата и проверка текста с точки зрения грамотности и стилистики.

### ***4. Структура реферата.***

В структуре реферата выделяются три основных компонента: библиографическое описание, собственно реферативный текст, справочный аппарат.

Библиографическое описание предполагает характеристику имеющихся на эту тему работ, теорий; историографию вопроса; выделение конкретного вопроса (предмета исследования); обоснование использования избранных первоисточников.

#### ***Собственно реферативный текст:***

Введение – обоснование актуальности темы, проблемы; предмет, цели и задачи реферируемой работы, предварительное формулирование выводов.

Основная часть – содержание, представляющее собой осмысление текста, аналитико-синтетическое преобразование информации, соответствующей теме

реферата.

Основную часть рекомендуется разделить на два-три вопроса. В зависимости от сложности и многогранности темы, вопросы можно разделить на параграфы. Чрезмерное дробление вопросов или, наоборот, их отсутствие приводят к поверхностному изложению материала. Каждый вопрос должен заканчиваться промежуточным выводом и указывать на связь с последующим вопросом.

Заключение – обобщение выводов автора, область применения результатов работы.

***Справочный аппарат:***

Список литературы – список использованных автором реферата работ (может состоять из одного и более изданий).

Приложения (необязательная часть) – таблицы, схемы, графики, фотографии и т.д.

***Реферат как образец письменной научной речи***

1. Качества научной речи.

Функциональные стили различаются:

- характером передаваемой информации;
- сферой функционирования;
- адресатом;
- использованием языковых средств различных уровней.

Главной коммуникативной задачей реферата является выражение научных понятий и умозаключений.

Реферат должен быть написан научным стилем, что предполагает:

- передачу информации научного характера;
- функционирование в образовательной среде;
- в качестве адресата преподавателя, т.е. специалиста, или студентов,
- заинтересованных в получении данной информации;
- демонстрацию характерных языковых особенностей письменной разновидности научно-учебного подстиля литературного языка.

Научный стиль обладает рядом экстралингвистических характеристик, или качеств:

- точность – строгое соответствие слов обозначаемым предметам и явлениям действительности (знание предмета и умение выбирать необходимую лексику);
- понятность – доступность речи для тех, кому она адресована (правильное использование терминов, иностранных слов, профессионализмов);
- логичность, последовательность – четкое следование в изложении логике и порядку связей в действительности (первоисточнике);



- объективность – отсутствие субъективных суждений и оценок в изложении информации;
- абстрактность и обобщенность – отвлеченность от частных, несущественных признаков;
- преобладание рассуждения как типа речи над описанием и повествованием;
- графическая информация наличие схем, графиков, таблиц, формул и т.п.

## 2. Особенности письменной научной речи

Письменная речь, в отличие от устной, подразумевает:

- определенную степень подготовленности к работе;
- возможность исправления и доработки текста;
- наличие композиции строения, соотношения и взаимного расположения частей реферата;
- выдержанность стиля изложения; строгое следование лексическим и грамматическим нормам.

Доминирующим фактором организации языковых средств в научном стиле является их обобщенно-отвлеченный характер на лексическом и грамматическом уровнях языковой системы.

Лексический уровень предполагает:

- использование абстрактной лексики, преобладающей над конкретной: мышление, отражение, изменяемость, преобразование, демократизация и т.п.;
- отсутствие единичных понятий и конкретных образов, что подчеркивается употреблением слов обычно, постоянно, регулярно, систематически, каждый и т.п.;
- преобладание терминов различных отраслей науки: лексикология, коммуникация, эмпиризм, гносеология, адаптация и т.п.;
- использование слов общенаучного употребления: функция, качество, значение, элемент, процесс, анализ, доказательство и т.п.;
- употребление многозначных слов в одном (реже двух) значениях: предполагать (считать, допускать); окончание (завершение), рассмотреть (разобрать, обдумать, обсудить) и т.п.;
- наличие специфических фразеологизмов: рациональное зерно, демографический взрыв, магнитная буря и т.п.;
- клиширование: представляет собой..., включает в себя..., относится к..., заключается в... и т.п.;

- преобладание отвлеченных существительных над однокоренными глаголами: взаимодействие, зависимость, классификация, систематизация и т.п.

Грамматический уровень:

- использование аналитической степени сравнения: более сложный, наиболее простой, менее известный и т.п. в отличие от эмоционально окрашенных: наиважнейший, сложнейший, ближайший и т.п.;
- преимущественное употребление глаголов 3 лица ед. и мн.ч. настоящего времени (реже 1 лица будущего времени сравним, рассмотрим): исследуются, просматривается, подразумевается, доказывает и т.п.;
- активность союзов, предлогов, предложных сочетаний: в связи..., в соответствии..., в качестве..., в отношении..., сравнительно с ... и т.п.;
- преобладание пассивных (страдательных) конструкций: рассмотрены вопросы,
- описаны явления, сделаны выводы, отражены проблемы и т.п.;
- выражение четкой связи между частями сложного предложения: следует сказать, что...; наблюдения показывают, что..., необходимо подчеркнуть, что... и т.п.;
- усиленная связующая функция наречий и наречных выражений: поэтому, итак, таким образом, наконец... и т.п.;
- осложнение предложений обособленными конструкциями: «Стремлением к смысловой точности и информативности обусловлено употребление в научной речи конструкций с несколькими вставками и пояснениями, уточняющими содержание высказывания, ограничивающими его объем, указывающими источник информации и т.д.».

Обобщая отличительные языковые особенности письменного научного стиля, можно сказать, что он характеризуется:

- употреблением книжной, нейтральной и терминологической лексики;
- преобладанием абстрактной лексики над конкретной;
- увеличением доли интернационализмов в терминологии;
- относительной однородностью, замкнутостью лексического состава;
- неупотребительностью разговорных и просторечных слов; слов с эмоционально-экспрессивной и оценочной окраской;
- наличием синтаксических конструкций, подчеркивающих логическую связь и последовательность мыслей.

### ***Оформление реферата. Критерии оценки.***

Правила оформления реферата регламентированы. Объем – не более 10-15

стр. машинописного текста, напечатанного в формате Word 7,0, 8,0; размер шрифта – 14; интервал – 1,5, формат бумаги А 4, сноски постраничные, сплошные; поле (верхнее, нижнее, левое, правое) 2 мм; выравнивание – по ширине; ориентация книжная; шрифт Times New Roman Cyr.

Работа должна иметь поля; каждый раздел оформляется с новой страницы.

Титульный лист оформляется в соответствии с установленной формой.

На первой странице печатается план реферата, включающий в себя библиографическое описание; введение, разделы и параграфы основной части, раскрывающие суть работы, заключение; список литературы; приложения.

В конце реферата представляется список использованной литературы с точным указанием авторов, названия, места и года ее издания.

Критерии оценки реферата.

1. Степень раскрытия темы предполагает:

- соответствие плана теме реферата;
- соответствие содержания теме и плану реферата;
- полноту и глубину раскрытия основных понятий;
- обоснованность способов и методов работы с материалом;
- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
- умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу.

2. Обоснованность выбора источников оценивается:

- полнотой использования работ по проблеме;
- привлечением наиболее известных и новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).

3. Соблюдение требований к оформлению определяется:

- правильным оформлением ссылок на используемую литературу;
- оценкой грамотности и культуры изложения;
- владением терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
- соблюдением требований к объему реферата;
- культурой оформления.

### ***Защита реферата***

Рефераты обычно представляются на заключительном этапе изучения дисциплины как результат итоговой самостоятельной работы студента. Защита реферата осуществляется или на аудиторных занятиях, предусмотренных учебным планом, или на зачете как один из вопросов билета (последнее определяется преподавателем).

Если реферат подразумевает публичную защиту, то выступающему следует заранее подготовиться к реферативному сообщению, а преподавателю и возможным оппонентам – ознакомиться с работой.

Реферативное сообщение отличается от самого реферата прежде всего объемом и стилем изложения, т.к. учитываются особенности устной научной речи и публичного выступления в целом. В реферативном сообщении содержание реферата представляется подробно (или кратко) и, как правило, вне оценки, т.е. изложение приобретает обзорный характер и решает коммуникативную задачу (передать в устной форме информацию, которая должна быть воспринята слушателями). Учитывая публичный характер высказываний, выступающий должен:

- составить план и тезисы выступления;
- кратко представить проблематику, цель, структуру и т.п.;
- обеспечить порционную подачу материала не в соответствии с частями, разделами и параграфами, а сегментировать в зависимости от новизны информации;
- соблюдать четкость и точность выражений, их произнесение; обращать внимание на интонацию, темп, громкость и т.п. особенности публичного выступления;
- продемонстрировать подготовленный характер высказываний, допуская, как в любой другой устной речи, словесную импровизацию.

#### **Рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

*Цель* эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей.

*Структура* эссе определяется предъявляемыми требованиями:

- мысли автора по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
- мысль должна быть подкреплена доказательствами – поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы – это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др.

Эссе обычно имеет кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе надо учитывать следующее:

Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении – резюмируется мнение автора).

Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

**Стиль изложения:** эмоциональность, экспрессивность, художественность.

**Правила написания эссе:**

- из формальных правил можно назвать только одно – наличие заголовка;
- внутренняя структура может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок;
- аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

В качестве примера можете познакомиться с широко известными эссе И.А. Бунина («Недостатки современной поэзии»), Д.С. Мережковского («О причинах упадка и новых течениях современной русской литературы»), К.Д. Бальмонта («Элементарные слова о символической поэзии»), В.Я. Брюсова («Ключи тайн»), Вяч. Иванова («Символизм как миропонимание»), А.А. Блока («О лирике»).

#### **Учебно-методические указания к выполнению тестовых заданий**

Тестовый контроль отличается от других методов контроля (устные и письменные экзамены, зачеты, контрольные работы и т.п.) тем, что он представляет собой специально подготовленный контрольный набор заданий, позволяющий надежно и адекватно количественно оценить знания обучающихся посредством статистических методов.

Все вышеуказанные преимущества тестового контроля могут быть достигнуты лишь при использовании теории педагогических тестов, которая сложилась на стыке педагогики, психологии и математической статистики. Основными достоинствами применения тестового контроля являются:

- объективность результатов проверки, так как наличие заранее определенного эталона ответа (ответов) каждый раз приводит к одному и тому же результату;
- повышение эффективности контролирующей деятельности со стороны преподавателя за счет увеличения её частоты и регулярности;
- возможность автоматизации проверки знаний учащихся, в том числе с использованием компьютеров;
- возможность использования в системах дистанционного образования.

**Тест** – инструмент, состоящий из системы тестовых заданий с описанными системами обработки и оценки результата, стандартной

процедуры проведения и процедуры для измерения качеств и свойств личности, изменение которых возможно в процессе систематического обучения.

Преимущество тестового контроля состоит в том, что он является научно обоснованным методом эмпирического исследования и в определенной сфере позволяет преодолеть умозрительные оценки знаний студентов. Следует отметить, что задания, используемые многими преподавателями и называемые ими тестовыми, на самом деле таковыми вовсе не являются. В отличие от обычных задач тестовые задания имеют четкий однозначный ответ и оцениваются стандартно на основе ценника. В самом простом случае оценка студента есть сумма баллов за правильно выполненные задания. Тестовые задания должны быть краткими, ясными и корректными, не допускающими двусмысленности. Сам же тест представляет собой систему заданий возрастающей трудности. Тестовый контроль может применяться как средство текущего, тематического и рубежного контроля, а в некоторых случаях и итогового.

Текущее тестирование осуществляется после изучения отдельной темы или группы тем. Текущее тестирование, прежде всего, является одним из элементов самоконтроля и закрепления слушателем пройденного учебного материала.

#### ***Виды тестовых заданий***

Тестовое задание (ТЗ) может быть представлено в одной из следующих стандартизированных форм:

- закрытое ТЗ, предполагающее выбор ответов (испытуемый выбирает правильный ответ (ответы) из числа готовых, предлагаемых в задании теста);
- открытое ТЗ (испытуемый сам формулирует краткий или развернутый ответ);
- ТЗ на установление правильной последовательности;
- ТЗ на установление соответствия между элементами двух множеств.

#### ***Закрытое тестовое задание***

Закрытое ТЗ состоит из неполного тестового утверждения с одним ключевым элементом и множеством допустимых вариантов ответов, один или несколько из которых являются правильными. Тестируемый студент определяет правильные ответы из данного множества. Рекомендуется пять или шесть вариантов ответов, из которых два или три являются правильными.

#### ***Открытое тестовое задание***

Открытое ТЗ имеет вид неполного утверждения, в котором отсутствует один или несколько ключевых элементов и требует самостоятельной формулировки ответа тестируемого. В качестве отсутствующих ключевых элементов могут быть: число, буква, слово или словосочетание. При формулировке задания на месте ключевого элемента необходимо поставить прочерк или многоточие.

Тестовое задание на установление правильной последовательности

ТЗ на установление правильной последовательности состоит из однородных элементов некоторой группы и четкой формулировки критерия упорядочения этих элементов.

Тестовое задание на установление соответствия

ТЗ на установление соответствия состоит из двух групп элементов и четкой формулировки критерия выбора соответствия между ними. Внутри каждой группы элементы должны быть однородными. Количество элементов во второй группе должно превышать количество элементов первой группы, но не более чем в 2 раза. Максимально допустимое количество элементов во второй группе не должно превышать 10. Количество же элементов в первой группе должно быть не менее двух.

**Требования к тестовым заданиям**

Для обеспечения адекватности оценки знаний тесты должны обладать следующими свойствами:

- тест должен быть **репрезентативным** с точки зрения изучаемого материала (ответы на вопросы, поставленные в тесте, не должны выходить за пределы данной учебной дисциплины);
- тест должен быть **уместным**: формулировка и состав вопросов должны соответствовать основной цели дисциплины (при тестировании по определенной теме вопросы должны соответствовать одной из основных задач дисциплины, упомянутых в программе курса);
- тест должен быть **объективным**, что заключается в неизбежности выбора правильного варианта ответа различными экспертами, а не только преподавателем, оставившим тест;
- тест должен быть **специфичным**, т.е. в тесте не должно быть таких вопросов, на которые мог бы ответить человек, не знающий данной дисциплины, но обладающий достаточной эрудицией;
- тест должен быть **оперативным**, что предусматривает возможность быстрого ответа на отдельный вопрос, поэтому вопросы формулируются коротко и просто и не должны включать редко используемые слова, конечно, если эти слова не являются понятиями, знание которых предусмотрено в учебной дисциплине.

*Перечисленные свойства тестовых заданий обеспечивают необходимый качественный уровень проведения итогового контроля, к которому предъявляются следующие требования.*

Процесс тестирования должен быть **валидным** (значимым), когда результаты подтверждают конкретные навыки и знания, которые экзамен подразумевает проверить.

Тестирование является **объективным**, если результаты не отражают

мнения или снисходительность проверяющего.

Убедиться в **надежности** тестирования можно, если результаты повторно подтверждены последующими контрольными мероприятиями.

**Эффективность** тестирования определяется, если его выполнение и оценивание не занимает больше времени или денег, чем необходимо.

Тестирование можно считать **приемлемым**, если студенты и преподаватели воспринимают контрольное мероприятие адекватно его значимости.

Изучение динамики процесса проверки знаний с помощью тестов позволяет установить индивидуальное время тестирования для каждого конкретного набора тестовых заданий. Нередко время тестирования для различных дисциплин устанавливается одинаковым на основании некоторого стандарта, не принимая во внимание специфику конкретной дисциплины и ее раздела.

### **Указания по подготовке к зачету/экзамену**

Формой итогового контроля знаний и умений, полученных в процессе изучения дисциплины является зачет и экзамен.

Экзамен (зачет) дает возможность преподавателю:

- выяснить уровень освоения студентами учебной программы дисциплины;
- оценить формирование у студентов определенных знаний и навыков их использования, необходимых и достаточных для будущей профессиональной деятельности;
- оценить умение студентов творчески мыслить и логически правильно излагать ответы на поставленные вопросы.

При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Сдача экзамена и (или) зачета предполагает полное понимание, запоминание и применение изученного материала на практике. Для успешной подготовки к промежуточной аттестации студентам необходимо вновь обратиться к пройденному материалу. Литература для подготовки к экзамену (зачету) рекомендуется преподавателем, либо указана в рабочей программе по дисциплине.

При подготовке к промежуточной аттестации в качестве ориентира студент может использовать перечень контрольных вопросов для самопроверки. Подготовка ответов на эти вопросы позволит:

- выяснить уровень освоения студентами учебных программ;
- оценить формирование у студентов определенных знаний и навыков их использования, необходимых и достаточных для будущей профессиональной деятельности;
- оценить умение студентов творчески мыслить и логически правильно излагать ответы на поставленные вопросы.

Оценка знаний студентов должна опираться на строго объективные



критерии, научно обоснованные педагогикой и обязательные для выполнения всех преподавателей.

Среди таких критериев важнейшими являются принципы подхода к оценке. В наиболее общем виде эти принципы можно представить следующим образом:

- глубокие знания и понимание существа вопроса, но не всех его деталей, а лишь основных;
- степень сознательного и творческого усвоения изучаемых наук как базы личных убеждений и полезных обществу действий;
- понимание сущности науки, места каждой темы в общем курсе и её связи с предыдущими и последующими темами;
- выделение коренных проблем науки и умение правильно использовать это знание в самостоятельной научной деятельности или практической работе по специальности.

Экзамен (зачет) может проводиться в устной, письменной форме и с применением тестов. Экзамен (зачет) проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал. По окончании экзамена (зачета) преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы.

Студентам необходимо тщательно готовиться к итоговому экзамену. Процесс подготовки к итоговому экзамену начинается, по существу, с самого первого этапа изучения предмета. Он включает в себя самостоятельную работу над рекомендованной литературой. Как правило, он начинается за полтора-два месяца до экзаменационной сессии. Изучив и законспектировав рекомендованные источники, выполнив предусмотренные учебным планом письменные работы и имея рецензии на них, студент начинает непосредственную подготовку к экзамену с тщательной отработки курса в соответствии с требованиями учебной программы и выполнения рекомендаций преподавателя, данных в рецензии. На этом этапе студент должен повторить изученное по учебникам и учебным пособиям, личным конспектам, записям лекций и другим материалам. При этом особое внимание должно быть обращено на тщательную отработку тех конкретных вопросов и тем учебной программы, которые слабо усвоены.

При повторении материала перед итоговым экзаменом необходима самопроверка или взаимная проверка знаний. В этом случае по каждой теме надо еще раз хорошо продумать материал, найти соответствующие статьи из нормативных актов, подобрать примеры. Вполне себя оправдывает групповая взаимная проверка. Для этого рекомендуется собираться по 3-4 человека и проводить разбор вопросов по курсу. Экзамен проводится по билетам. Если какой-либо из поставленных в билете вопросов студенту кажется неясным, он может обратиться к преподавателю за разъяснением. Пользоваться наглядными пособиями, словарями или справочниками можно только с разрешения

преподавателя. При подготовке к ответу, а также при ответе не обязательно придерживаться той последовательности вопросов, которая дана в билетах. Записи ответов лучше делать в виде развернутого плана, их можно дополнить цифрами, примерами, фактами, а также сослаться на необходимые нормативные акты и другие источники.

Ответ должен быть построен в форме свободного рассказа. Важно не только верно изложить соответствующее положение, но и дать его глубокое теоретическое обоснование. При ответах надо избегать больших выступлений, отклонений от существа вопросов, но не следует вдаваться и в такую крайность, как погоня за краткостью. Такой ответ не раскроет содержания вопроса и не даст возможности преподавателю правильно судить о знаниях студента. После ответов на вопросы билета преподаватель может задать дополнительные вопросы, на которые студент обязан ответить.

Экзаменатор оценивает знания по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Все положительные оценки записываются в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Неудовлетворительные оценки проставляются в экзаменационную ведомость.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

При осуществлении образовательного процесса используется ряд информационных технологий обеспечения дистанционного обучения, включающий, но не исчерпывающийся, технологиями онлайн и оффлайн распространения образовательной информации (почтовая рассылка печатных материалов и бланков тестирования или электронных версий образовательных материалов на физических носителях, либо интерактивный доступ к материалам через интернет, доступ к электронно-библиотечным системам института и сторонних поставщиков), технологиями взаимодействия студентов с преподавателем (видео-лекции и семинары, групповые и индивидуальные консультации через интернет, индивидуальные консультации по телефону), технологиями образовательного контроля (интерактивные онлайн тесты в интернет, оффлайн тесты с использованием персональных печатных бланков).

Для реализации указанных технологий используется набор программного обеспечения и информационных систем, включающий, но не ограничивающийся, следующим списком.

1. операционные системы Microsoft Windows (различных версий);
2. операционная система GNU/Linux;
3. свободный фисный пакет LibreOffice;
4. система управления процессом обучения «Lete e-Learning Suite» (собственная разработка);

5. система электронного обучения студентов направления подготовки «Бизнес-информатика» EduTerra.pro
6. система интерактивного онлайн тестирования (собственная разработка);
7. система телефонной поддержки и консультаций сотрудниками колл-центра «Центральная служба поддержки» (собственная разработка);
8. система онлайн видео конференций Adobe Connect;
9. электронно-библиотечная система «Айбукс»;
10. электронно-библиотечная система «Издательства «Лань»;
11. интернет-версия справочника «КонсультантПлюс»;
12. приложение для мобильных устройств «КонсультантПлюс: Студент»;
13. справочная правовая система «Гарант»;
14. иные ИСС.

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

1. Аудиторная база (лекционная аудитория, аудитория для проведения практических занятий, виртуальные классные комнаты на портале РФЭИ)
2. Организационно-технические средства и аудиовизуальный фондовый материал, мультимедийное оборудование.
3. Комплекты видеофильмов, аудиокниг, CD-дисков по проблемам дисциплины.
4. Интернет.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

Таблица. Результаты обучения по дисциплине «Оптимизация и продвижение сайтов в интернет», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Название дисциплины	Планируемые результаты обучения		Компетенции					
	код	описание	ОК-12	ОК-13	ОК-16	ПК-7	ПК-18	ПК-27
Оптимизация и продвижение сайтов и интернет	3-1	знает принципы поиска информации пользователями в сети Интернет, источники трафика	x	x	x	x	x	x
	3-2	освоил принципы работы поисковых систем						
	3-3	использует методы оценки движения, сбора статистики сайта и ее анализа						
	3-4	знает внешние и внутренние факторы, определяющие положение сайта в результатах поиска						
	3-5	применяет методы автопродвижения и нестандартного продвижения сайтов						
	3-6	знает терминологию и предметную область оптимизации сайтов и их продвижения в Интернет						
	У-1	использует изображения для продвижения сайтов						
	У-2	работает со ссылками						
	У-3	корректирует сайт для продвижения в поисковых системах						
	У-4	оценивает и анализировать поисковые запросы, статистику сайта						
	У-5	формирует стратегию поисковой оптимизации						
	В-1	пользуется поисковой рекламой методологией анализа статистики сайта, контент-анализа, коррекции сайта для продвижения в поисковых системах						

## Приложение 2

### Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, входящей в состав рабочей программы дисциплины **Оптимизация и продвижение сайтов в интернет**

Направление подготовки	<b>38.03.05 (080500) Бизнес-информатика</b>
Профиль	<b>Информационный бизнес</b>
Квалификация (степень)	<b>Бакалавр</b>
Утверждена	<b>21 декабря 2015 г.</b>

### 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Региональный финансово-экономический институт при формировании компетенций студентов направления подготовки 38.03.05 (080500) «Бизнес-информатика» выделяет три этапа формирования компетенции:

- **начальный.** На этом этапе формируются знаниевые и инструментальные основы компетенции, осваиваются основные категории, формируются базовые умения. В целом, знания и умения носят репродуктивный характер. Студент воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила. На этом этапе он решает задачи, преимущественно, по образцу. Если студент удовлетворительно отвечает этим требованиям, можно говорить об освоении им базового (начального) уровня компетенции;
- **основной** этап – знания, умения, навыки, обеспечивающие формирование компетенции, значительно возрастают, но ещё не достигают целевых (итоговых) значений. На этом этапе студент осваивает действия с предметными знаниями в конкретной дисциплине и, часто, в междисциплинарном характере действий. Способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм своих действий, осуществлять саморегуляцию в ходе работы, переносить знания и умения на новые, возникающие в ходе выполнения работ, условия. Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь удовлетворительного уровня сформированности компетенции;
- **завершающий** этап – на этом этапе студент достигает итоговых (целевых) показателей по заявленной компетенции. Он осваивает весь необходимый объём знаний, овладевает всеми умениями и навыками в сфере заявленной компетенции. Он способен использовать эти знания, умения и навыки при решении реальных задач и в нестандартных учебных условиях.

Дисциплина имеет целью участие в формировании следующих компетенций

(список в соответствии с РУП направления подготовки, составленным в соответствии с государственным стандартом на направление подготовки 080500, утверждён ПРИКАЗОМ от 14 января 2010 г. N 27 «ОБ УТВЕРЖДЕНИИ И ВВЕДЕНИИ В ДЕЙСТВИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 080500 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА (КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ) "БАКАЛАВР"»), зарегистрировано в Минюсте РФ 27 февраля 2010 г. N 16524):

1. ОК-12
2. ОК-13
3. ОК-16
4. ПК-7
5. ПК-18
6. ПК-27

Этапы формирования компетенций обычно распределены следующим образом:

7. **Начальный** – формируется в процессе изучения отдельных разделов дисциплины, а успешность его освоения определяется с помощью критериев оценивания компетенции, подробно описанной в разделе [2] этого документа.
8. **Основной** – формируется на этапе успешного завершения всех дисциплин, участвующих в процессе формирования компетенции.
9. **Завершающий** – достигается на основании комплексной междисциплинарной работы, в ходе итоговых практик, экзаменов, выполнении дипломной работы и подтверждении успешного овладения компетенцией.

Завершение дисциплины с точки зрения показателей раздела [2] означает успешное освоение как минимум начального уровня овладения компетенцией.

## **2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Контроль достижения целевых критериев на этапе текущего формирования компетенции при изучении любых дисциплин направления подготовки осуществляется на основании следующих инструментов (средств оценивания):

1. индивидуальные задания расчётного типа;
2. индивидуальные задания графического типа;
3. индивидуальные задания вербального типа;
4. индивидуальные задания расчётно-графического типа;
5. индивидуальные темы рефератов по заданной теме;
6. индивидуальные темы эссе по заданной теме;

7. индивидуальные задания для выполнения контрольных работ;
8. тесты в ЭИОС по темам дисциплины:
  - а. базовый уровень
  - б. высокий уровень
  - с. повышенный уровень
9. задания для выполнения лабораторных работ;
10. вопросы для защиты лабораторных работ;
11. задания для подготовки и защиты докладов;
12. сценарии ролевых игр;
13. сценарии мастер-классов;
14. задания для выполнения курсовых работ (проектов);
15. задания для выполнения научно-исследовательских работ;
16. задания для прохождения практик;
17. вопросы к экзамену;
18. вопросы к государственному экзамену;
19. задания для выполнения выпускных квалификационных работ.

Основными типами промежуточного контроля являются тестирования вербального и невербального типов в ЭИОС РФЭИ.

Эти тесты различаются по характеру стимульного материала.

В вербальных типах заданий основным содержанием работы испытуемых являются операции с понятиями, мыслительные действия, осуществляемые в словесно-логической форме. Составляющие эти методики задания апеллируют к памяти, воображению, мышлению в их опосредованной языковой форме. Они очень чувствительны к различиям в языковой культуре, уровню образования, профессиональным особенностям. Вербальный тип заданий наиболее распространён в компетентностных тестах, тестах достижений, при оценке специальных способностей. Невербальные тесты — это такой тип методик, в которых тестовый материал представлен в наглядной форме (в виде картинок, чертежей, графических изображений и т. п.). От испытуемых требуется понимание вербальных инструкций, само же выполнение заданий опирается на перцептивные и моторные функции.

Невербальные тесты уменьшают влияние языковых различий на результат испытания. Они также облегчают процедуру тестирования испытуемых с нарушением речи, слуха или с умеренным уровнем подготовки. Невербальные тесты широко используются при оценке начального этапа формирования компетенции.

Программа изучения дисциплины составлена таким образом, что успешное её освоение возможно с различными результатами. Все задания разделены на обязательные и необязательные. Успешное выполнение всех обязательных заданий означает достижение удовлетворительного уровня по освоению дисциплины.

Количество обязательных заданий текущего контроля не менее 65% от общего количества заданий. Все обязательные задания предполагают возможность повторного выполнения (как автоматически, так и в ряде случаев по согласованию/дополнительному разрешению). Успешное выполнение всех обязательных заданий гарантирует студенту оценку «удовлетворительно» в зачётной книжке, если изучение этой дисциплины предполагает выставление оценки.

Необязательный уровень включает задания высокой и повышенной (относительно высокой) сложности. Их успешное выполнение необязательно для студента, однако их выполнение непосредственно влияет на оценку по дисциплине, а также более глубокий уровень освоения предметной областью дисциплины. Успешное завершение всех заданий высокой сложности предполагает получение оценки «хорошо», а повышенной сложности «отлично» при оценивании результатов освоения дисциплины.

Текущий подход является формализованным для всех дисциплин направления подготовки «Бизнес-информатика» и **обязателен к применению в рамках текущей дисциплины.**

В связи с различиями в части применения дисциплины на разных формах обучения и конкретных профилях здесь приводятся полные сведения о способе формирования оценки.

1. Если по дисциплине в РУПе не предусмотрен промежуточный контроль (в РУПе по дисциплине указан только ОДИН итоговый экзамен)

**Накопленная оценка по дисциплине** рассчитывается с помощью взвешенной суммы оценок за отдельные формы текущего контроля знаний следующим образом:

$O_{\text{накопленная}} = n_1 \cdot O_{\text{текущий1}} + n_2 \cdot O_{\text{текущий2}} + n_3 \cdot O_{\text{текущий3}} + \dots + n_i \cdot O_{\text{текущийi}}$ , где

$O_{\text{текущий1}}$  – оценка за текущее компьютерное тестирование (базовый, минимальный уровень)

$O_{\text{текущий2}}$  – оценка за текущее компьютерное тестирование (высокий уровень освоения)

$O_{\text{текущий3}}$  – оценка за текущее компьютерное тестирование (повышенной сложности)

$O_{\text{текущий4}}$  – оценка за эссе

...

$O_{\text{текущийi}}$  – оценка за реферат, доклад и т.п.

$n_1, n_2, n_3, \dots, n_i$  - веса оценок за отдельные формы текущего контроля ( $O_{\text{текущий1}}, O_{\text{текущий2}}, O_{\text{текущий3}}, \dots, O_{\text{текущийi}}$ )

$n_1=0.6, n_2=0.2, n_3=0.1, n_4=0.1$

Сумма весов оценок за отдельные формы текущего контроля, которые учитываются в накопленной оценке, должна быть равна единице (нормализуются):

$$\sum n_i = 1$$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: **в пользу**



**студента.**

**Результирующая оценка по дисциплине** (которая пойдёт в диплом и является критерием оц) рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результ}} = k_1 \cdot O_{\text{накопл}} + k_2 \cdot O_{\text{экз}}, \text{ где}$$

$O_{\text{накопл}}$  – накопленная оценка по дисциплине

$O_{\text{экз}}$  – оценка за экзамен

$k_1$  – вес накопленной оценки по дисциплине

$k_2$  – вес экзаменационной оценки по дисциплине

Сумма весов ( $k_1 + k_2$ ) должна быть равна единице:  $\sum k_i = 1$ , при этом,  $0,2 \leq k_1 \leq 0,8$ . Вес итоговой аттестации не может быть менее 20% от всей дисциплины.

Для текущей дисциплины  $k_1 = 0,8$

Способ округления экзаменационной и результирующей оценок: среднее арифметическое.

2. Если по дисциплине в РУПе предусмотрен промежуточный контроль (в РУПе по дисциплине указано БОЛЕЕ одного экзамена)

Итоговая накопленная оценка по дисциплине рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{накопленная Итоговая}} = (O_{\text{промежуточная 1}} + O_{\text{промежуточная 2}} + \dots + O_{\text{накопленная i}}) : \text{на число этапов,}$$

$O_{\text{промежуточная 1}}$  – промежуточная оценка 1 этапа/модуля

$$O_{\text{промежуточная 1}} = m_1 \cdot O_{\text{накопленная 1 этапа}} + m_2 \cdot O_{\text{промежуточный экзамен 1 этапа}}$$

Сумма весов ( $m_1 + m_2$ ) должна быть равна единице, при этом,  $0,2 \leq m_1 \leq 0,8$

$O_{\text{промежуточная 2}}$  – промежуточная оценка 2 этапа/модуля

$$O_{\text{промежуточная 2}} = m_3 \cdot O_{\text{накопленная 2 этапа}} + m_4 \cdot O_{\text{промежуточный экзамен 2 этапа}}$$

Сумма весов ( $m_3 + m_4$ ) должна быть равна единице, при этом,  $0,2 \leq m_3 \leq 0,8$

$O_{\text{накопленная 1 этапа}}$ ,  $O_{\text{накопленная 2 этапа}}$  рассчитываются по приведенной выше формуле расчета накопленной оценки (за каждый этап)

$O_{\text{накопленная i}}$  – накопленная оценка последнего этапа/модуля перед итоговым экзаменом

$O_{\text{накопленная i}}$  рассчитывается по приведённой выше формуле расчёта накопленной оценки (для последнего этапа/модуля перед итоговым экзаменом)

**Результирующая оценка по дисциплине** (которая идёт в диплом и является одним из критериев оценивания достижения основного этапа освоения компетенции) рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{результ}} = k_1 \cdot O_{\text{накопленная Итоговая}} + k_2 \cdot O_{\text{Итоговый экз}}$$

$O_{\text{Итоговый экз}}$  – оценка за **ИТОГОВЫЙ** экзамен

Сумма весов ( $k_1 + k_2$ ) должна быть равна единице:  $\sum k_i = 1$ , при этом,  $0,2 \leq k_1 \leq 0,8$

Способ округления накопленных, промежуточных, экзаменационных и результирующей оценок: **среднее арифметическое**

**3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для**

**оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной деятельности.**

В соответствии с описанием показателей и критериев оценивания, подробно описанные в пункте 2 этого документа, здесь приводится неполный список **примеров** тестовых заданий.

См. приложение 3.1 «Типовые контрольные задания», являющееся частью рабочей программы дисциплины.

**4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

Система текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов предусматривает решение следующих задач:

- оценка качества освоения студентами основной профессиональной образовательной программы (оцениваются знания, умения и навыки);
- аттестация студентов на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей основной профессиональной образовательной программы;
- поддержание постоянной обратной связи и принятие оптимальных решений в управлении качеством обучения студентов на уровне преподавателя, кафедры, факультета и института целиком.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация является основным механизмом оценки качества подготовки студентов (согласно требованиям ФГОС) и формой контроля учебной работы студентов.

Оценка качества подготовки студентов осуществляется в двух основных направлениях: оценка уровня освоения дисциплины и оценка компетенций студентов. Предметом оценивания являются знания, умения, компетенции обучающихся.

Промежуточная аттестация студентов проводится по учебной дисциплине в сроки, предусмотренные учебными планами и годовыми календарными учебными графиками в порядке, утверждённом в вузе.

Каждая компетенция формируется на всех этапах обучения студента в процессе изучения ряда дисциплин, а после, использования междисциплинарных знания для выполнения дипломной работы и практик.

Знания, умения и навыки постепенно формируют целевую компетенцию. Поэтому существенно отличаются и методы контроля промежуточной и итоговой оценки достижения компетенций.

Промежуточные методы контроля включают в себя автоматические и неавтоматические методы контроля, такие как тестирование или аттестация/не аттестация по выполнению требуемых видов работ.

С целью определения уровня овладения компетенциями, в заданные логикой

преподавания дисциплины сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются в соответствии с формой задания (см. п.2 «описание показателей и критериев оценивания...»).

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих условиях:

1. Периодичность проведения оценки (минимум 1 раз на каждую рассматриваемую тему в дисциплине).
2. Многоступенчатость: оценка (как автоматически с помощью ЭИОС или преподавателем) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

## **5. Показатели и критерии оценивания сформированности компетенций**

Основным критерием итоговой сформированности любой компетенции является успешное завершение обучения студентом, выполнение и защита дипломной работы и государственного экзамена, прохождение и защита практик.

Успешное завершение дисциплины означает достижение очередного шага в формировании компетенции. Критерием успешного завершения дисциплины является как минимум выполнение всех обязательных требований (заданий) из перечня в пункте 2 этого документа. Критерии успешного завершения каждого из заданий определяются в самих заданиях. Примеры заданий можно посмотреть в п.3 этого документа.

Шкалы оценивания предусматривают детальный ответ на вопрос об уровне освоения дисциплины и, посредством оценивания процедур знаний, умений и навыков, показателей оценивания сформированности компетенции.

# Раздел 1. Предложение и поиск информации в Интернете

## Проверка знаний: Предложение и поиск информации в Интернете

### Общая группа

Основная цель поисковых систем - ...

- ...быть связующим звеном между желанием пользователя найти нужную информацию и желанием владельца сайта получить заинтересованного пользователя
- ...оценить информацию в Сети по значимости, стоимости и пользе
- ...дать возможность пользователям получить максимальный результат с минимальными затратами времени и денег

Рассмотрим следующую ситуацию. Вы начинающий бизнесмен. Вы производите качественные рубашки по самым лучшим и новейшим технологиям. Для вас разработали сайт-визитку.

Каким образом, на стартовом этапе, пользователи, слышавшие о вас где-либо, узнают информацию и найдут ваш сайт?

- Введут название или род деятельности организации на каком-либо поисковом сайте
- По URL вашего сайта
- Не смогут вас найти, так как имя вашей компании еще не популярно на рынке

Можно ли утверждать, что поисковые системы регулируют предложение информации?

- Да
- Нет

Как определяется ценность информации на страницах в Интернет?

- По популярности
- В денежном эквиваленте
- Нет четкого определения
- По новизне и уникальности

От каких показателей зависит стоимость веб-страницы?

Выберите один или несколько ответов

- “Возраст” сайта
- Характеристика аудитории
- Вес информации (в Мегабайтах)
- Посещаемость
- Право собственности

Вставьте пропущенные слова в определение.

Сайт – это несколько веб-страниц, объединенных  и имеющих общую часть .

Расположите поисковые сайты по популярности:

В России:

+ Google

+ Yandex

+ Yahoo!

В мире:

+ Google

+ Yahoo!

+ Yandex

## Раздел 2. Как получать доход от своего сайта

### Проверка знаний: Как получать доход от своего сайта

#### Общая группа

Какие элементы не уместны на сайте продажи товаров и услуг?

- личный кабинет пользователя
- поиск по сайту
- информация о способах покупки
- гостевая книга
- банеры о скидках и распродажах
- форум
- анекдоты

Установите соответствие между целями “продающего” сайта

**Цель сайта:**

Убедить посетителя оплатить товар или услугу прямо в Сети, либо оставить заявку на доставку с гарантированной оплатой.

**Описание:**

Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- туристические путевки
- бытовая техника
- программное обеспечение

**Цель сайта:**

Довести потенциального покупателя до контакта с менеджером по продажам.

**Описание:**

Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- бытовая техника
- туристические путевки
- программное обеспечение



**Цель сайта:**

Привести посетителя в магазин, адрес которого размещен на сайте.

**Описание:** Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- бытовая техника
- туристические путевки
- программное обеспечение

Предположим, вы – владелец сайта, посвященный новостям мира баскетбола. У вас есть несколько вариантов партнерских программ. Оплата рассчитывается по фиксированной ставке за переход на сайт заказчика. Как вы думаете, какая из “партнеров” принесет вам больше прибыли?

- Букмекерский портал
- Сайт продажи спортивных компьютерных игр
- Сайт новостей шоу-бизнеса

Вы – производитель удочек и рыболовных снастей, опираясь на характеристики предложенных сайтов, выберите для себя одно наиболее привлекательное место для размещения рекламы.

- Рыбы Мирового океана (посещаемость 9 000 посетителей в день)
- Портал модной мужской одежды (посещаемость 18 000 посетителей в день)
- Рыболовные секреты, фото и видео (посещаемость 3 000 посетителей в день)
- Рецепты рыбных блюд (посещаемость 23 000 посетителей в день)
- Интернет магазин рабочей обуви и спецодежды (посещаемость 16 000 посетителей в день)

Какие виды сайтов, наиболее подходят для размещения рекламы?

- Сайты-визитки
- Индивидуальные, непрофессиональные сайты
- Государственные сайты
- Сайты с уникальным контентом
- Массовые сервисы
- Форумы и блоги

Вставьте пропущенную фразу.

Основной способ получения прибыли от

– это сайты с платным доступом и платные электронные рассылки.

## Раздел 3. Повышение эффективности сайта как инструмента продаж

### Проверка знаний: Повышение эффективности сайта как инструмента продаж

#### Общая группа

Вставьте пропущенные слова

Чем  информации на сайте и чем  ее найти, тем меньше нагрузка на центр поддержки клиентов компании.

Распределите по порядку этапы вопросного метода наполнения сайта

- Составление вопросов
- Продумывание разделов сайта и распределение вопросов
- Группировка вопросов
- Составление технического задания для разработчиков

Какова цель сервисного аудита?

- понять, насколько качественно обрабатываются заказы с сайта
- оценить качество дизайна, удобство использования, контент сайта
- выяснить, какие разделы имеет смысл создавать на сайте и какую информацию стоит размещать в том или ином разделе
- привлечение внимания к продукции, которая представлена на сайте компании

Вставьте пропущенные слова

- Оптимальное время ожидания соединения с менеджером по телефону должно быть не более  гудков.
- Чем  переключений на других сотрудников, тем лучше.
- Паузы между переключениями на других сотрудников должны быть  30 секунд.

Предположим, сервисный аудит выяснил, что один из сотрудников вашей компании, работающий с клиентами не разбирается в услугах и товарах, предоставляемых вашей фирмой. Что вам следует предпринять в этом случае?

- Самостоятельно провести тренинг с сотрудником
- Отправить сотрудника на сторонний тренинг
- Разработать пошаговые инструкции по ведению переговоров
- Уволить сотрудника

# Раздел 4. Источники трафика

## Проверка знаний: Источники трафика

### Общая группа

Распределите источники трафика и их смысл для владельца сайта

“Клавиатурные” и “закладочные”  
переходы



Поисковые системы и каталоги



Переходы по ссылке референтным  
ссылкам



⊕ Сайт известен

⊕ Сайт хорошо находится в  
поисковиках

⊕ Пользователи считают  
сайт полезным

Поисковый трафик характерен для...

- сайтов не имеющих постоянной аудитории
- популярных информационных порталов
- популярных сервисных проектов
- большинства сайтов коммерческих компаний
- социальных сетей
- молодых и развивающихся сайтов

Type-in трафик характерен для...

- большинства сайтов коммерческих компаний
- популярных информационных порталов
- молодых и развивающихся сайтов
- популярных сервисных проектов
- сайтов не имеющих постоянной аудитории
- социальных сетей

Переходы по референтным ссылкам характерны для...

- сайтов не имеющих постоянной аудитории
- популярных сервисных проектов
- молодых и развивающихся сайтов
- для всех в равной степени
- большинства сайтов коммерческих компаний
- популярных информационных порталов
- социальных сетей

# Раздел 5. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах

## Проверка знаний: Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах

### Общая группа

Что такое “Зона видимости”?

- несколько первых страниц в результатах поиска по целевым запросам
- оценка положения ссылок на сайт в результатах поиска по целевым запросам
- видимая часть сайта без использования прокрутки

Отметьте средства, помогающие разместить сайт в зоне видимости по нужным запросам.

- поисковая реклама
- аудит служб заказчика
- привлекательный дизайн сайта
- оптимизация сайта для поисковых машин
- организация качественного обслуживания клиентов, пришедших через сайт
- наличие партнерской программы

Отметьте одну или несколько зон контекстной рекламы на сайте Google.

- Зона № 1
- Зона № 2
- Зона № 3
- Зона № 4
- Зона № 5

1.

Поиск Картинки Карты Ещё Инструменты поиска

Результатов: примерно 130 000 000 (0,27 сек.)

2. **Реклама по запросу айфон в москве**

**Доставим Вам iPhone сегодня - moscowapple.ru**  
[www.moscowapple.ru/](http://www.moscowapple.ru/) 8 (499) 964-10-10  
 Все модели iPhone: 4S/5C/5S в наличии. Гарантия. Доставим уже сегодня!  
 Доставка товара по Москве - Гарантия - 12 месяцев - Контакты - Каталог Apple  
 ☞ ул. Барклая, д. 6, Москва

**Купить Apple iPhone 5S /5 - Официальный магазин Apple**  
[www.apple-store.ru/](http://www.apple-store.ru/) 8 (495) 970-60-97  
 Официальная гарантия от Apple Inc.  
 ☞ Багратионовский проезд, 7 корпус 2, метро Багратионовская, Москва

**Покупай iPhone 5s в Билайн - Всего 24 990р - iphone.beeline.ru**  
[iphone.beeline.ru/](http://iphone.beeline.ru/)  
 при подключении пакета "Бесконечный интернет на год!"

3. **Мобильные телефоны Apple iPhone: купить смартфон Эпл ...**  
[www.svyaznoy.ru](http://www.svyaznoy.ru) > ... > Смартфоны и коммуникаторы >  
 ... цене можно через наш интернет магазин - продажа смартфонов и коммуникаторов Apple iPhone осуществляется с доставкой по России (Москва)

**КУПИТЬ iPhone 5 в Москве, цена на айфон 5, отзывы. Apple ...**  
[www.apple-house.ru/iphone-5](http://www.apple-house.ru/iphone-5)  
 ★★★★★ Рейтинг: 4,8 - 22 отзыва  
 Купить iPhone 5 недорого в интернет-магазине Apple-House. Заказать iPhone 5 (айфон 5) дешевле чем в других магазинах с доставкой и гарантией.

**Apple - iPhone, iPad, Mac, iPod в интернет-магазине iStore ...**  
[www.istore-moscow.ru/](http://www.istore-moscow.ru/)  
 Интернет-магазин iStore-Moscow предлагает своим покупателям широкий выбор продукции Apple (Эпл). Телефоны iPhone (Айфон), плееры iPod ...

**iPhone Doctor**  
[www.iphone-doctor.ru](http://www.iphone-doctor.ru)  
 3 отзыва на Google

просп. Мира, 97, ТЦ Солнечный Круг  
 8 (495) 410-67-88

4.

Результаты поиска на Картах Google по запросу айфон в москве

Реклама

5. **iPhone 4S 8Gb Sale в 2013-м**  
[www.grizon.ru/](http://www.grizon.ru/)  
 8 (966) 081-63-56  
 Купи iPhone 4S. Недорого. Бесплатная доставка. В наличии!

**Apple iPhone 5s Gold от 29990**  
[www.app-street.ru/](http://www.app-street.ru/)  
 Экспресс доставка два часа! В наличии Фирменная продукция, Гарантия 2 года  
 ☞ Барклая д.8, Москва  
 8 (495) 767-04-48

**iPhone 5S за 20250 руб.**  
[www.joyse.ru/](http://www.joyse.ru/)  
 Новогодняя распродажа. Не упустите момент. Доставка по России.

**Apple iPhone 5S в наличии**  
[www.apple-mania.net/](http://www.apple-mania.net/)  
 8 (964) 786-99-96  
 Все модели. Оригинальная продукция  
 Доставка по Москве в течении суток



# Раздел 6. Как устроены поисковые системы

## Проверка знаний: Устройство поисковых систем

### Общая группа

Чем гиперссылка отличается от обычной ссылки на сайте?

- ведет к элементу, расположенному за пределами данного сайта
- открывается в соседней вкладке браузера
- генерируется автоматически
- используется только поисковыми системами
- имеет ряд дополнительных возможностей

Что такое *поисковый индекс*?

- структура данных, которая содержит информацию о документах и используется в поисковых системах
- программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете
- программная единица, позволяющая хранить и обрабатывать множество однотипных и/или логически связанных данных в вычислительной технике
- комплекс программ, предназначенный для поиска информации

Что такое *поисковый робот*?

- программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете
- программная единица, позволяющая хранить и обрабатывать множество однотипных и/или логически связанных данных в вычислительной технике
- программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для перебора страниц Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковика
- программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для поиска документа в базе данных текстов на основании содержимого этих документов

Распределите по порядку этапы процесса индексирования текста поисковой машиной

⊕ Выборка слов и лингвистическая обработка

⊕ Очистка данных от нетекстовых элементов, преобразование в чистый текст

⊕ Группировка слов в отдельный список

Текстовая информация представленная в ряде форматов не индексируются поисковыми машинами. Выберите один или несколько таких форматов.

- .png
- .js
- .html
- .xls
- .doc
- .jpg
- .swf

Сможет ли поисковая машина проиндексировать информацию, которая хранится в какой-либо базе данных (например, MySQL)?

- Сможет, если для получения страницы пользователь должен ввести какой-либо запрос к базе данных
- Сможет, если страница генерируется динамически при переходе по ссылке, или уже находится на сайте
- Нет, не сможет
- Да, сможет

Программист Валера при работе с поисковыми сайтами для достижения наилучшего результата строит свои запросы при помощи расширенного поиска, пользуется разнообразными логическими операторами. Какой процент пользователей, согласно статистике, поступает подобным образом?

- 1-2%
- около 25%
- более 50%
- 8-10%

Как называются запросы с учетом региональной привязки сайта, которые, чаще

всего, вводятся пользователями с уточнением региона или города?

- Геонезависимые
- Навигационные
- Расширенные
- Геозависимые

Соотнесите содержание запросов и их тип.

Тип запроса	Текст запроса
<input type="text" value="Навигационный"/>	«Заказать роллы»
<input type="text" value="Навигационный"/>	«В контакте»
<input type="text" value="Навигационный"/>	«Боксерские перчатки оптом»
<input type="text" value="Навигационный"/>	«Системные требования battlefield 4»
<input type="text" value="Навигационный"/>	«Рецепт солянки»

Что такое *ранжирование*?

- Сортировка сайтов в поисковой выдаче
- Показатель поисковой системы, вычисляемый на основе числа ссылок на данный ресурс с других ресурсов сети Интернет
- Распределённая система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам
- Комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем

Вставьте пропущенные слова в определение

PageRank – это метод вычисления веса веб-страницы, характеризующий её

.

Чем  ссылок на страницу, тем она «важнее».

Кроме того, «вес» страницы A определяется  ,  
передаваемой страницей B.

## Раздел 7. Как сделать сайт доступным для ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

### Проверка знаний. Как сделать сайт доступным для ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

#### Общая группа

Вы хотите использовать в имени HTML-страницы несколько слов, например «*useful links*». Каким образом лучше называть файл?

- `usefullinks.html`
- `useful_links.html`
- `useful-links.html`

Вставьте пропущенные слова в определение.

При  URL адрес страницы и выводимая пользователю информация постоянны, при  они генерируются на ходу по факту поступления определенного запроса.

*Cookie* используют для...

Выберите несколько вариантов ответа

- перенаправления действий пользователя
- ведения статистики о пользователях
- удаленного управления компьютером
- аутентификации пользователя
- изменения настроек и установки программ без ведома пользователя
- хранения персональных предпочтений и настроек пользователя

Каким образом поисковый робот узнает о дате последнего изменения страницы сайта?

- благодаря записи о дате последних изменений сайта в файле "robots.txt"
- посредством запросов протокола HTTP
- робот отправляет запрос администрации сайта по электронной почте
- при помощи анализа уникального сетевого адрес узла в компьютерной сети

Как исключить некоторые страницы сайта из индексации поисковым роботом?

- указав нужные страницы в файле таблиц стилей «robots.css»
- преобразовав весь текст страницы в графический формат (например «.jpg»)
- обратившись в службу поддержки поисковой системы
- включив определенные метатеги в тег HTML-кода страницы
- прописав определенные свойства в файле «robots.txt»

# Раздел 8. Рекомендации поисковых систем для владельцев сайтов

## Проверка знаний. Рекомендации поисковых систем для владельцев сайтов

### Общая группа

Вставьте пропущенные фразы в определения.

1. Популярный поисковик  формирования сетевого контента.
2. Качество поиска – результат совместного труда поисковых систем и .
3. Главный принцип отношений поисковых систем и  – взаимовыгодный обмен данными.

Среди приведенных названий отметьте сервисы взаимодействия вебмастеров с поисковой системой.

- Клуб «Яндекс.Поиск»
- Центр веб-мастеров Google
- Яндекс.Помощь
- Яндекс.Веб-мастер
- Яндекс.Маркет
- Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google



# Раздел 9. Анализ поискового спроса

## Проверка знаний. Анализ поискового спроса

### Общая группа

Выберите определение, которое **нельзя** отнести к термину *целевой запрос*?

- текст, выводимый в результатах поиска под названием сайта
- ключевое слово, привлекающее на сайт именно тех посетителей, которых владелец сайта хотел бы видеть
- слово или словосочетание, которое пользователь набирает в поисковой строке, чтобы найти необходимый товар или услугу

С помощью [статистики по запросам “Рамблера”](#), введите количество показов всех страниц результатов поиска, включая первую, сделанных по приведенным фразам в декабре 2013 года.

Фраза	Количество запросов
Игры для девочек	<input type="text"/>
Заказ билетов ржд	<input type="text"/>
Купить книгу	<input type="text"/>
Где можно отдохнуть зимой	<input type="text"/>

Вставьте пропущенные фразы в текст



Семантическое ядро сайта — это набор ,  
которые наиболее точно характеризуют вид деятельности сайта.

Семантическое ядро используется  для более грамотного поискового продвижения сайтов.

Семантическое ядро образует тематику сайта, которая будет учитываться .

Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать представлениям  о сайте.

Правильно сформированное семантическое ядро является основой для  веб-ресурса.

Компания “Перспектив” занимается размещением рекламы на улицах крупных городов России. На основании статистики запросов Яндекса, выберите из списка слово или словосочетание, наиболее подходящее для семантического ядра сайта компании.

Наиболее подходящий запрос:



реклама ✖ Подобрать

По словам  По регионам  История запросов  Все регионы

Последнее обновление: 09.01.2014

Что искали со словом «реклама» — 3 896 450 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">реклама</a>	3 896 450
<a href="#">моя реклама</a>	796 391
<a href="#">песня +из рекламы</a>	206 123
<a href="#">песни +из реклам</a>	206 116
<a href="#">песня +из рекламы песни</a>	206 079
<a href="#">музыка +из рекламы</a>	146 055
<a href="#">реклама 2013</a>	122 554
<a href="#">+моя реклама брянск</a>	120 507
<a href="#">скачать рекламу</a>	111 600
<a href="#">+моя реклама курск</a>	101 893
<a href="#">+моя реклама белгород</a>	95 686
<a href="#">+моя реклама орел</a>	93 703
<a href="#">реклама видео</a>	89 426
<a href="#">+моя реклама работа</a>	84 950
<a href="#">+моя реклама липецк</a>	83 933
<a href="#">+моя реклама гомель</a>	75 917
<a href="#">наружная реклама</a>	70 582
<a href="#">+моя реклама тула</a>	70 413
<a href="#">реклама бесплатно</a>	69 623
<a href="#">бесплатная реклама</a>	69 600
<a href="#">+как убрать рекламу</a>	64 304
<a href="#">смотреть рекламу</a>	61 458
<a href="#">новые рекламы</a>	57 092
<a href="#">реклама фильмов</a>	28 012

Что еще искали люди, искавшие «реклама»:

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">рекламное агентство</a>	5 889
<a href="#">рекламное агентство москва</a>	5 947
<a href="#">рекламное агентство полного цикла</a>	2 080
<a href="#">рекламное агентство</a>	145 833
<a href="#">монтаж видео</a>	96 441
<a href="#">pr</a>	216 254
<a href="#">public relations</a>	5 499
<a href="#">связи +с общественностью</a>	43 836
<a href="#">виды маркетинга</a>	14 619
<a href="#">маркетинговые коммуникации</a>	20 849
<a href="#">маркетинг</a>	736 573
<a href="#">креатив</a>	162 978
<a href="#">креативные</a>	242 393
<a href="#">рекламные ролики</a>	55 890
<a href="#">рекламные ролики скачать</a>	2 875
<a href="#">продать ненужные вещи</a>	531
<a href="#">продать вещи</a>	21 835
<a href="#">шампунь против выпадения волос</a>	6 449
<a href="#">шампунь +для волос</a>	69 039
<a href="#">товарный знак</a>	79 161

Страницы ← Предыдущая 1 Следующая →

1. Расставьте иерархически термины используя метод тезауруса:

✚ Физика

✚ Квантовая механика

✚ Наука

✚ Электрон

2. Вставьте пропущенное слово в предложение:

Термин «Квантовая механика» является  по отношению к термину

«Электрон».

# Раздел 10. Методы оценки продвижения

## Проверка знаний. Методы оценки продвижения

### Общая группа

Установите соответствие между зонами видимости поисковых систем и преимуществами, которые они дают.

Ссылки на сайт будут просматриваться каждым целевым пользователем



⊕ диапазон

Top 3

Ссылки на сайт сможет просматривать некоторая часть целевых пользователей



⊕ диапазон

Top 30

Ссылки на сайт будут загружаться на компьютер каждого целевого пользователя



⊕ диапазон

Top 10

Оценка положения ссылок на целевые страницы сайта в результатах выдачи по ключевым запросам в самых популярных поисковиках – это...

- Видимость сайта в поисковых системах
- Метод подсчета количества эффективных показов
- Система статистики ресурса
- Эталон сайта в поисковых системах

Компания «S-пицца» составила семантическое ядро сайта. В него входят следующие запросы:

Запрос	Кол-во обращений в месяц
доставка пиццы	50600
заказ пиццы	35700
пицца на дом	30300
доставка пиццы круглосуточно	15400
доставка пиццы бесплатно	10000

Чему равен эталонный результат показов за месяц?

Ответ:

С помощью интернет сервиса [www.openstat.ru](http://www.openstat.ru) укажите какая часть пользователей пользовались Рамблером в новогодние каникулы с 1 по 8 января 2014 года включительно.

Ответ:  %

Вставьте значения в формулу расчета кликабельности (CTR)

количество кликов

CTR= \_\_\_\_\_

количество кликов

Что такое *"источники целевого трафика"*?

- Данные, передаваемые через компьютерную сеть за определенный период времени
- IP-адреса целевых посетителей
- Название одного из методов учета действий пользователя
- Источники, откуда приходят целевые посетители

# Раздел 11. Статистика сайта и ее анализ

## Проверка знаний. Статистика сайта и ее анализ

### Общая группа

Вставьте пропущенные слова в определение.

Основной задачей веб-аналитики является

мониторинг посещаемости веб-сайтов .

На основании этих данных определяется веб-аудитория и изучается

поведение веб-посетителей .

Веб-аналитика **не** применяется для...

- продвижения сайта в поисковых системах
- оценки эффективности рекламных кампаний в интернете
- выявления проблемных мест в структуре, навигации и контенте сайта
- развития функциональности сайта на основании тенденций в поведении посетителей

Отметьте главные преимущества счетчиков

**Преимущества счетчиков:**



- Позволяют получать оперативную наглядную информацию
- Позволяет решать более узкие и сложные задачи, создавать собственные специфические отчеты
- Позволяет собирать статистику по скачиваемому контенту и трафику сайта
- Предоставляют более точные данные о числе посетителей сайта
- Просты и удобны в использовании
- Позволяют анализировать ошибки работы сервера, отслеживать хакерские атаки, составлять специальные отчеты

Соотнесите виды инструментов веб-аналитики и их основных недостатки.

Инструменты веб-аналитики	Недостатки
Счетчики	Для установки и настройки нужна достаточно высокая квалификация администратора веб-ресурса
Счетчики	Требуют установки на сайт программного кода
Счетчики	Требуют относительно больших денежных и временных затрат на стадии внедрения
Счетчики	Могут не собрать или потерять данные, если веб-страница недозагрузилась или возникли технические сбои при передаче данных
Счетчики	Невозможность сбора статистики по скачиваемому контенту и трафику сайта

Что **не является** ошибкой установки счетчика?

- Установка нескольких счетчиков
- Установка счетчика в html-код страниц сайта
- Установка счетчика не на все страницы сайта

Выберите 4 верных утверждения.

**Преимущества лог-анализаторов:**

- Позволяют анализировать ошибки работы сервера, отслеживать хакерские атаки, составлять специальные отчеты
- Предоставляют более точные данные о числе посетителей сайта
- Позволяют получать оперативную наглядную информацию
- Просты и удобны в использовании
- Позволяет решать более узкие и сложные задачи, создавать собственные специфические отчеты
- Позволяет собирать статистику по скачиваемому контенту и трафику сайта

## Раздел 12. Внутренние факторы, от которых зависит положение сайта в результатах поиска

### Проверка знаний. Внутренние факторы, от которых зависит положение сайта в результатах поиска

#### Общая группа

Закончите предложение.

*Чтобы понять, как поступит поисковик со страницами вашего сайта на первом этапе подбора для отображения в результатах поиска, следует...*

- ...провести контент-анализ сайта по семантическому ядру.
- ...составить семантическое ядро сайта.
- ...выбрать все релевантные запросу страницы сайта и определить лучшую из них.
- ...выполнить поиск по запросам семантического ядра с условием, что поисковик должен показать только страницы вашего сайта.

Закончите определение:

*Закон Ципфа помогает поисковым системам...*

- ...проводить лингвистическую обработку страниц.
- ...ускорить индексацию страниц сайта.
- ...конвертировать информацию на странице в чистый текст.
- ...сделать заключение о неестественном характере текста страницы.

Что нужно сделать, чтобы найти наиболее релевантную страницу вашего сайта для какого-либо запроса?

- проанализировать данные интернет-счетчиков, установленных на вашем веб-сайте
- провести анализ предлагаемой на сайте информации (контент-анализ)
- выполнить поиск по данному запросу с условием, что поисковик должен показать только страницы вашего сайта
- воспользоваться сервисами взаимодействия вебмастеров с поисковой системой, например «Яндекс.Веб-мастер» или «Центр веб-мастеров Google»

Каково оптимальное отношение ключевых слов к остальному тексту сайта?

- 4-6%
- 9-12%
- 20-25%
- 1-2%

Помогите веб-мастеру выбрать наиболее удачный титул страницы для сайта магазина одежды “Силуэт”.

- `<title> Новый магазин классической одежды "Силуэт" на улице Ленина. Классика - это всегда стильно. Низкие цены </title>`
- `<title> Магазин "Силуэт" </title>`
- `<title> Магазин одежды "Силуэт" </title>`
- `<title> Магазин одежды "Силуэт". Классика - это всегда стильно. </title>`

Каково наиболее оптимальное количество слов на информационной странице?

- 500-800 слов
- менее 200 слов
- более 800 слов
- 200-500 слов

# Раздел 13. Коррекция сайта для продвижения в поисковых системах

## Проверка знаний. Коррекция сайта для продвижения в поисковых системах.

### Общая группа

Что такое *спамдексинг*?

- общее название для методов неэтичного продвижения сайта, так называемая “черная оптимизация”
- запрет на индексацию, наложенный поисковыми системами на сайт
- комплекс нелегитимных приемов, направленных на обман поисковой системы, их алгоритмов
- сайт, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс
- специальный алгоритм поисковых систем, позволяющий исключить из выдачи результатов сайты, уровень ранжирования которых был поднят искусственными методами

Какие ухудшения сайта с точки зрения пользователей могут вызвать ошибки излишней коррекции?

Выберите один или несколько вариантов ответа:

- излишние заголовки
- большое количество рекламы на сайте
- ссылки ведущие на пустые страницы
- труднозапоминаемые адреса страниц
- трудночитаемые тексты

Как называется запрет на индексацию, наложенный поисковыми системами на сайт?

- Бан
- Спамдексинг
- Клоакинг
- Пессимизация

Вставьте пропущенные слова, чтобы сделать утверждение верным.

Высокочастотные запросы обычно состоят из ,  
среднечастотные — из , низкочастотные — из  
.

Какие из перечисленных изображений не будут индексироваться Яндексом?

- изображения, раскрывающиеся при помощи скрипта
- изображение в формате PNG
- фоновые изображения (бэкграунд)
- изображения, взятые на других сайтах
- изображения размером больше 5 МБ
- анимированные изображение в формате GIF
- изображение в формате PSD

Заполните поля тега `<img>` следующими параметрами:

- Путь к файлу: `http://htmlbook.ru/example/images/girl.png`
- Описание картинки: `Рисунок девушки`

HTML

```

```

Какова причина лучшего индексирования сайта написанного с использованием семантических тегов HTML5?

- Поисковики заполняют страницы результатов поиска хорошо читаемыми релевантными запросу заголовками
- Поисковые роботы отделяют контент страницы от вспомогательных элементов
- Похожесть языка HTML5 и языка HTTP-запросов помогает поисковику лучше индексировать контент
- Поисковики в первую очередь индексируют сайты написанные с использованием современных языков



Закончите предложение.

Цель семантической разметки — сделать интернет более понятным и структурированным. Это поможет...

- облегчить работу оптимизатора, автоматизируя множество однообразных процессов
- облегчить поисковым системам обработку информации
- ускорить работу браузеров в интернете
- облегчить или даже разнообразить довольно рутинные задачи веб-мастеров

# Раздел 14. Спамдексинг

## Проверка знаний. Спамдексинг

### Общая группа

Что для поисковых систем являются основным источником информации о спамерских приемах связанных с размещением скрытого текста?

- жалобы веб-мастеров конкурирующих сайтов
- файл 'robots.txt', находящийся в корневой директории сайта
- индексация каскадных таблиц стилей (CSS)

Установите соответствие между *видами спамдексинга* и их *характерными чертами*

создание дорвеев	– создание сайтов, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс
создание дорвеев	– искусственное увеличение весов ключевых слов, проводимое для улучшения ранжирования в поисковых системах
создание дорвеев	– различная выдача информации поисковым роботам и пользователям на одной и той же странице
создание дорвеев	– замена содержимого страницы, успешно проиндексированной поисковой системой

Что такое «*редирект*»?

- специальный алгоритм поисковых систем
- способ чёрной оптимизации сайтов
- автоматическое перенаправление пользователей с одного сайта на другой
- сайт, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс

В приведенном примере веб-страницы использован прием непринудительного перенаправления посетителя с одной страницу на другую. Какое название носят подобные страницы?



- редирект
- полный дубль
- дорвей
- своп-страница
- бридж-страница
- неполный дубль

Какой прием спамдексинга использован в приведенном примере?

The screenshot shows a website titled "Интересные сайты" with a blue header and social media icons. The main content area lists four items, each with a title, date, URL, category, and statistics. The first item, dated 10 ноября 2013, is titled "Мир компьютерной грамотности и интернет-технологий" and includes a "реклама :)" tag. The second item, dated 19 марта 2014, is titled "Клуб оригами из бумаги" and includes a "новый" tag. The third item, dated 17 марта 2014, is titled "«Тоже Мне»". The fourth item, dated 16 марта 2014, is titled "«МогуЗа»". Each item also includes a "Комментарии" link. On the right side, there is a sidebar with navigation links: "Главная", "Лучшие сайты", "Случайные сайты", "Поиск", "Прямой эфир", "Добавить сайт", and a list of "Интересные сайты" with counts: Авто(13), Генераторы(33), Заработок(7), Игры(77), Инструкции(5), Искусство(24), Коллекции(80), Конкурсы(6), Комиксы(7), Мобильное(4), Музеи(60), Необычное(126), and Новости(15).

- Ссылочный спам
- Клоакинг
- «Накачка» текстов ключевыми словами
- Контентный спам
- Спам тегов

## Раздел 15. Спорные технологии продвижения

### Проверка знаний. Спорные технологии продвижения.

#### Общая группа

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
создание дорвеев, переадресация	–	"Белое" продвижение
насыщение ресурса тематическими статьями	–	"Белое" продвижение
обмен тематическими ссылками	–	"Белое" продвижение
обмен нетематическими ссылками	–	"Белое" продвижение

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
скрытые тексты на страницах	–	"Белое" продвижение
частое использование тэгов типа <code>&lt;strong&gt;</code> и <code>&lt;b&gt;</code>	–	"Белое" продвижение
правка титулов страницы	–	"Белое" продвижение

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
наполнение контента избыточными ключевыми словами	–	"Белое" продвижение

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
оптимизация кода сайта	–	"Белое" продвижение
взаимный обмен ссылками с близкими по тематике сайтами	–	"Белое" продвижение
услуги сервисов автоматического обмена контентом	–	"Белое" продвижение
использование мелкого, нечитабельного текста	–	"Белое" продвижение

# Раздел 16. Поисковая реклама

## Проверка знаний. Поисковая реклама.

### Общая группа

Вставьте пропущенные слова, чтобы сделать определения верными.

1. *Контекстная реклама* — тип рекламы в интернете, применяемый

, при котором рекламное объявление

2. *Поисковая реклама* — частный случай

, применяемый

. Отличительной особенностью является то, что

выбор демонстрируемых рекламных сообщений определяется с учетом поискового запроса пользователя.

Технология показа рекламных материалов в поисковых системах в ответ на заранее известные запросы пользователей называется...

- конвертацией
- поисковой рекламой
- таргетингом

Google

шкаф купе

Поиск Картинки Видео Карты Новости Ещё ▾ Инструменты поиска

Результатов: примерно 891 000 (0,27 сек.)

**Картинки по запросу шкаф купе** Пожаловаться на картинки

Другие картинки по запросу шкаф купе

**Шкафы-купе - Интернет магазин мебели Ашан**  
www.auchan.ru/pokupki/korpusnaia-mebel/skafi-kupe.html ▾  
Широкий ассортимент недорогих шкафов купе в Интернет магазине мебели АШАН. Все модели в наличии, удобство выбора и покупки, доставка и ...

**Купить шкафы купе недорого на заказ: цены, фотографии...**  
www.stolplit.ru/internet-magazin/katalog-mebeli/80-shkafy-kupe/ ▾  
В данном разделе интернет-каталога мебельной фабрики «Столплит» представлены шкафы-купе, которые можно увидеть на фото и заказать на ...

**Реклама** ⓘ

**Шкафы-купе Производителя**  
www.enter.ru/ ▾  
и еще более 50 000 товаров на сайте  
Enter - новый способ покупать

**Шкафы Купе Фото Каталог**  
ask.com/Шкафы+Купе+Фото+Каталог ▾  
Ищете Шкафы Купе Фото Каталог?  
Найдите результаты на Ask.com.

**Купить шкаф-купе ЛАЗУРИТ.**  
www.lazurit.com/ ▾  
8 (800) 100-50-22  
Интернет-магазин фабрики. Европейское  
качество. Доставка по РФ 3-7 дней!

**Шкафы Купе Каталог, Фото**  
www.masmeb.ru/ ▾  
Фото дизайна интерьеров и мебели.

Какой из вариантов для показа рекламных объявлений в соответствии с запросом применен рекламодателями в большинстве случаев?

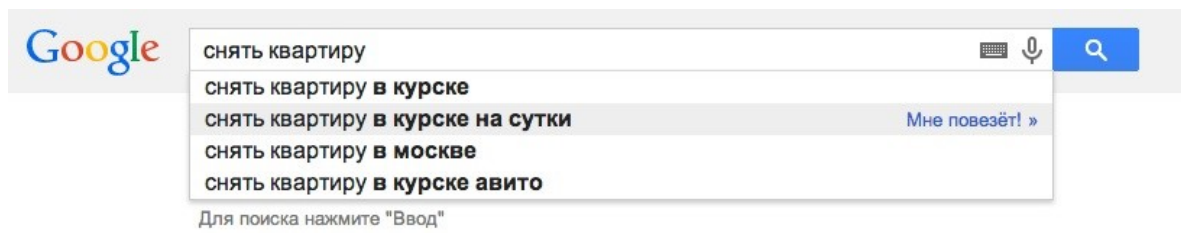
- Точное соответствие запросу
- Минус-слова
- Учет морфологии

Назовите третий ведущий сервис показа контекстной рекламы в России

1. Яндекс.Директ
2. Google AdWords
3.

Какой вид таргетинга здесь использован?





- географический
- социальный
- временной

Что из перечисленного является преимуществом, а что характеристикой товара или услуги?

1. Быстрое приготовление блюда —

2. Клиент экономит время —

3. Усовершенствованная технология гарнитуры —

4. Покупатель наслаждается чистым звуком —

5. Мягкая кожаная поверхность кресла —

Некоторые покупатели магазина пчеловодства узнали о нем с помощью Интернета, но не стали делать онлайн-заказ, а просто пришли в магазин. Как в этом случае оценить роль Интернета в продажах?

- Оценить роль Интернета в данном случае невозможно
- Воспользоваться геотаргетингом, он позволяет точно определить пользователей посетивших сайт
- Провести сравнительный анализ источников и результатов обращения
- Воспользоваться системой анализа логов

На сайт магазина пчеловодства в марте 2014 года наблюдалась 1000 уникальных посетителей, однако заинтересованные пользователи купили что-либо на этом сайте только 5 раз. Чему равен коэффициент конверсии этого периода?

*коэффициент конверсии* =  %

# Итоговое тестирование

## Итоговое тестирование

### Итоговое тестирование

Основная цель поисковых систем - ...

- ...быть связующим звеном между желанием пользователя найти нужную информацию и желанием владельца сайта получить заинтересованного пользователя
- ...дать возможность пользователям получить максимальный результат с минимальными затратами времени и денег
- ...оценить информацию в Сети по значимости, стоимости и пользе

Рассмотрим следующую ситуацию. Вы начинающий бизнесмен. Вы производите качественные рубашки по самым лучшим и новейшим технологиям. Для вас разработали сайт-визитку.

Каким образом, на стартовом этапе, пользователи, слышавшие о вас где-либо, узнают информацию и найдут ваш сайт?

- Не смогут вас найти, так как имя вашей компании еще не популярно на рынке
- Введут название или род деятельности организации на каком-либо поисковом сайте
- По URL вашего сайта

Можно ли утверждать, что поисковые системы регулируют предложение информации?

- Нет
- Да

Как определяется ценность информации на страницах в Интернет?

- По новизне и уникальности
- Нет четкого определения
- В денежном эквиваленте
- По популярности

От каких показателей зависит стоимость веб-страницы?

Выберите один или несколько ответов

- Характеристика аудитории
- “Возраст” сайта
- Право собственности
- Посещаемость
- Вес информации (в Мегабайтах)

Вставьте пропущенные слова в определение.

– это несколько веб-страниц, объединенных  и имеющих общую часть .

Расположите поисковые сайты по популярности:

В России:

+ Yandex
+ Google
+ Yahoo!

В мире:

+ Yandex
+ Yahoo!
+ Google

Отметьте наиболее привлекательные способы заработка в Интернете при помощи своего сайта:

- размещение рекламы на сайте
- организация платного обслуживания клиентов, пришедших через сайт
- платная регистрация на сайте
- продажа чужих товаров и услуг
- платное предоставление информации
- оптимизация сайта для поисковых машин
- продажа собственных товаров и услуг

Какие элементы не уместны на сайте продажи товаров и услуг?

- информация о способах покупки
- анекдоты
- банеры о скидках и распродажах
- гостевая книга
- поиск по сайту
- форум
- личный кабинет пользователя

Установите соответствие между целями “продающего” сайта

**Цель сайта:**

Убедить посетителя оплатить товар или услугу прямо в Сети, либо оставить заявку на доставку с гарантированной оплатой.

**Описание:**

Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- туристические путевки
- программное обеспечение
- бытовая техника

**Цель сайта:**

Довести потенциального покупателя до контакта с менеджером по продажам.

**Описание:**

Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- туристические путевки
- программное обеспечение
- бытовая техника

**Цель сайта:**

Привести посетителя в магазин, адрес которого размещен на сайте.

**Описание:** Контакт с отделом продаж

**Пример реализуемого товара:**

- программное обеспечение
- туристические путевки
- бытовая техника

Предположим, вы — владелец сайта, посвященный новостям мира баскетбола. У вас есть несколько вариантов партнерских программ. Оплата рассчитывается по фиксированной ставке за переход на сайт заказчика. Как вы думаете, какая из “партнерок” принесет вам больше прибыли?

- Букмекерский портал
- Сайт продажи спортивных компьютерных игр
- Сайт новостей шоу-бизнеса

Какие виды сайтов, наиболее подходят для размещения рекламы?

- Форумы и блоги
- Массовые сервисы
- Государственные сайты
- Сайты с уникальным контентом
- Индивидуальные, непрофессиональные сайты
- Сайты-визитки

Вставьте пропущенную фразу.

Основной способ получения прибыли от  – это сайты с платным доступом и платные электронные рассылки.

Вставьте пропущенные слова

Чем  информации на сайте и чем  ее найти, тем меньше нагрузка на центр поддержки клиентов компании.

Распределите по порядку этапы вопросного метода наполнения сайта

1.
2.
3.
4.



Какова цель сервисного аудита?

- привлечь внимания к продукции, которая представлена на сайте компании
- оценить качество дизайна, удобство использования, контент сайта
- выяснить, какие разделы имеет смысл создавать на сайте и какую информацию стоит размещать в том или ином разделе
- понять, насколько качественно обрабатываются заказы с сайта

Вставьте пропущенные слова

- Оптимальное время ожидания соединения с менеджером по телефону должно быть не более  гудков.
- Чем  переключений на других сотрудников, тем лучше.
- Паузы между переключениями на других сотрудников должны быть  30 секунд.

Предположим, сервисный аудит выяснил, что один из сотрудников вашей компании, работающий с клиентами не разбирается в услугах и товарах, предоставляемых вашей фирмой. Что вам следует предпринять в этом случае?

- Уволить сотрудника
- Самостоятельно провести тренинг с сотрудником
- Разработать пошаговые инструкции по ведению переговоров
- Отправить сотрудника на сторонний тренинг

Распределите источники трафика и их смысл для владельца сайта

“Клавиатурные” и “закладочные”  
переходы



Поисковые системы и каталоги



Переходы по ссылке референтным  
ссылкам



⊕ Сайт хорошо находится в  
поисковиках

⊕ Пользователи считают  
сайт полезным

⊕ Сайт известен

Что такое “Зона видимости”?

- несколько первых страниц в результатах поиска по целевым запросам
- оценка положения ссылок на сайт в результатах поиска по целевым запросам
- видимая часть сайта без использования прокрутки

Отметьте средства, помогающие разместить сайт в зоне видимости по нужным запросам.

- наличие партнерской программы
- оптимизация сайта для поисковых машин
- аудит служб заказчика
- организация качественного обслуживания клиентов, пришедших через сайт
- поисковая реклама
- привлекательный дизайн сайта

Отметьте одну или несколько зон контекстной рекламы на сайте Google.

- Зона № 1
- Зона № 2
- Зона № 3
- Зона № 4
- Зона № 5

1. **Google** айфон в москве

Поиск Картинки Карты Ещё Инструменты поиска

Результатов: примерно 130 000 000 (0,27 сек.)

2. Реклама по запросу айфон в москве

**Доставим Вам iPhone сегодня - moscowapple.ru**  
[www.moscowapple.ru/](http://www.moscowapple.ru/) - 8 (499) 964-10-10  
 Все модели iPhone: 4S/5C/5S в наличии. Гарантия. Доставим уже сегодня!  
 Доставка товара по Москве - Гарантия - 12 месяцев - Контакты - Каталог Apple  
 ☑ ул. Барклай, д. 6, Москва

**Купить Apple iPhone 5S / 5 - Официальный магазин Apple**  
[www.apple-store.ru/](http://www.apple-store.ru/) - 8 (495) 970-60-97  
 Официальная гарантия от Apple Inc.  
 ☑ Багратионовский проезд, 7 корпус 2, метро Багратионовская, Москва

**Покупай iPhone 5s в Билайн - Всего 24 990р - iphone.beeline.ru**  
[iphone.beeline.ru/](http://iphone.beeline.ru/) -  
 при подключении пакета "Бесконечный интернет на год!"

3. Мобильные телефоны Apple iPhone: купить смартфон Эпл ...  
[www.svyaznoy.ru](http://www.svyaznoy.ru) > ... > Смартфоны и коммуникаторы >  
 ... цене можно через наш интернет магазин - продажа смартфонов и коммуникаторов Apple iPhone осуществляется с доставкой по России (Москва)

**КУПИТЬ iPhone 5 в Москве, цена на айфон 5, отзывы. Apple ...**  
[www.apple-house.ru/iphone-5](http://www.apple-house.ru/iphone-5) >  
 ★★★★★ Рейтинг: 4,8 - 22 отзыва  
 Купить iPhone 5 недорого в интернет-магазине Apple-House. Заказать iPhone 5 (айфон 5) дешевле чем в других магазинах с доставкой и гарантией.

**Apple - iPhone, iPad, Mac, iPod в интернет-магазине iStore ...**  
[www.istore-moscow.ru/](http://www.istore-moscow.ru/) >  
 Интернет-магазин iStore-Moscow предлагает своим покупателям широкий выбор продукции Apple (Эпл). Телефоны iPhone (Айфон), плееры iPod ...

**iPhone Doctor**  
[www.iphone-doctor.ru](http://www.iphone-doctor.ru)  
 3 отзыва на Google

4. Результаты поиска на Картах Google по запросу айфон в москве

5. Реклама

**iPhone 4S 8Gb Sale в 2013-м**  
[www.grizon.ru/](http://www.grizon.ru/) >  
 8 (966) 081-63-66  
 Купи iPhone 4S. Недорого.  
 Бесплатная доставка. В наличии!

**Apple iPhone 5s Gold от 29990**  
[www.app-street.ru/](http://www.app-street.ru/) >  
 Экспресс доставка два часа! В наличии  
 Фирменная продукция, Гарантия 2 года  
 ☑ Барклай д.8, Москва  
 8 (495) 767-04-48

**iPhone 5S за 20250 руб.**  
[www.joyse.ru/](http://www.joyse.ru/) >  
 Новогодняя распродажа. Не упустите момент. Доставка по России.

**Apple iPhone 5S в наличии**  
[www.apple-mania.net/](http://www.apple-mania.net/) >  
 8 (964) 786-99-96  
 Все модели. Оригинальная продукция  
 Доставка по Москве в течении суток

Чем гиперссылка отличается от обычной ссылки на сайте?

- генерируется автоматически
- открывается в соседней вкладке браузера
- используется только поисковыми системами
- имеет ряд дополнительных возможностей
- ведет к элементу, расположенному за пределами данного сайта

Что такое *поисковый индекс*?

- структура данных, которая содержит информацию о документах и используется в поисковых системах
- программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете
- программная единица, позволяющая хранить и обрабатывать множество однотипных и/или логически связанных данных в вычислительной технике
- комплекс программ, предназначенный для поиска информации

Что такое *поисковый робот*?

- программная единица, позволяющая хранить и обрабатывать множество однотипных и/или логически связанных данных в вычислительной технике
- программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете
- программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для поиска документа в базе данных текстов на основании содержимого этих документов
- программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для перебора страниц Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковика

Распределите по порядку этапы процесса индексирования текста поисковой машиной

- 1.
- 2.
- 3.

✚ Очистка данных от нетекстовых элементов, преобразование в чистый текст

✚ Выборка слов и лингвистическая обработка

✚ Группировка слов в отдельный список

Текстовая информация представленная в ряде форматов не индексируются поисковыми машинами. Выберите один или несколько таких форматов.

- .html
- .doc
- .jpg
- .swf
- .js
- .png
- .xls

Сможет ли поисковая машина проиндексировать информацию, которая хранится в какой-либо базе данных (например, MySQL)?

- Сможет, если страница генерируется динамически при переходе по ссылке, или уже находится на сайте
- Сможет, если для получения страницы пользователь должен ввести какой-либо запрос к базе данных
- Да, сможет
- Нет, не сможет

Программист Валера при работе с поисковыми сайтами для достижения наилучшего результата строит свои запросы при помощи расширенного поиска, пользуется разнообразными логическими операторами. Какой процент

пользователей, согласно статистике, поступает подобным образом?

- 1-2%
- более 50%
- около 25%
- 8-10%

Как называются запросы с учетом региональной привязки сайта, которые, чаще всего, вводятся пользователями с уточнением региона или города?

- Геонезависимые
- Расширенные
- Гео независимые
- Навигационные

Что такое *ранжирование*?

- Показатель поисковой системы, вычисляемый на основе числа ссылок на данный ресурс с других ресурсов сети Интернет
- Комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем
- Сортировка сайтов в поисковой выдаче
- Распределённая система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам

Вставьте пропущенные слова в определение

PageRank – это метод вычисления веса веб-страницы, характеризующий её

.

Чем  ссылок на страницу, тем она «важнее».

Кроме того, «вес» страницы A определяется ,  
передаваемой страницей B.

Вы хотите использовать в имени HTML-страницы несколько слов, например *"useful links"*. Каким образом лучше называть файл?

- `useful-links.html`
- `usefullinks.html`
- `useful_links.html`

Вставьте пропущенные слова в определение.

При  URL адрес страницы и выводимая пользователю информация постоянны, при  они генерируются на ходу по факту поступления .

*Cookie* используют для...

Выберите несколько вариантов ответа

- удаленного управления компьютером
- хранения персональных предпочтений и настроек пользователя
- аутентификации пользователя
- перенаправления действий пользователя
- ведения статистики о пользователях
- изменения настроек и установки программ без ведома пользователя

Каким образом поисковый робот узнает о дате последнего изменения страницы сайта?



- посредством запросов протокола HTTP
- робот отправляет запрос администрации сайта по электронной почте
- благодаря записи о дате последних изменений сайта в файле “robots.txt”
- при помощи анализа уникального сетевого адрес узла в компьютерной сети

Как исключить некоторые страницы сайта из индексации поисковым роботом?

Выберите один или несколько вариантов ответа

- прописав определенные свойства в файле “robots.txt”
- указав нужные страницы в файле таблиц стилей “robots.css”
- обратившись в службу поддержки поисковой системы
- включив определенные метатеги в тег HTML-кода страницы
- преобразовав весь текст страницы в графический формат (например “.jpg”)

Вставьте пропущенные фразы в определения.

1. Популярный поисковик  формирования сетевого контента.
2. Качество поиска — результат совместного труда поисковых систем и .
3. Главный принцип отношений поисковых систем и  — взаимовыгодный обмен данными.

Какова причина лучшего индексирования сайта написанного с использованием семантических тегов HTML5?

- Поисковики в первую очередь индексируют сайты написанные с использованием современных языков
- Похожесть языка HTML5 и языка HTTP-запросов помогает поисковикам лучше индексировать контент
- Поисковики заполняют страницы результатов поиска хорошо читаемыми релевантными запросу заголовками
- Поисковые роботы отделяют контент страницы от вспомогательных элементов

Среди приведенных названий отметьте сервисы взаимодействия вебмастеров с поисковой системой.

- Яндекс.Маркет
- Центр веб-мастеров Google
- Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google
- Яндекс.Помощь
- Яндекс.Веб-мастер
- Клуб «Яндекс.Поиск»

Выберите определение, которое **нельзя** отнести к термину *целевой запрос*?

- ключевое слово, привлекающее на сайт именно тех посетителей, которых владелец сайта хотел бы видеть
- текст, выводимый в результатах поиска под названием сайта
- запрос, который приведет на сайт клиента, человека готового приобрести продукцию или услугу, которую продает наш клиент
- слово или словосочетание, которое пользователь набирает в поисковой строке, чтобы найти необходимый товар или услугу

С помощью [статистики по запросам "Рамблера"](#), введите количество показов всех

страниц результатов поиска, включая первую, сделанных по приведенным фразам в декабре 2013 года.

Фраза	Количество запросов
Игры для девочек	<input type="text"/>
Заказ билетов ржд	<input type="text"/>
Купить книгу	<input type="text"/>
Где можно отдохнуть зимой	<input type="text"/>

Вставьте пропущенные фразы в текст



Семантическое ядро сайта – это набор ,  
которые наиболее точно характеризуют вид деятельности сайта.

Семантическое ядро используется  для  
более грамотного поискового продвижения сайтов.

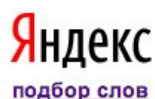
Семантическое ядро образует тематику сайта, которая будет  
учитываться .

Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать  
представлениям  о сайте.

Правильно сформированное семантическое ядро является основой  
для  веб-ресурса.

Компания “Проспект” занимается размещением рекламы на улицах крупных городов России. На основании статистики запросов Яндекса, выберите из списка слово или словосочетание, наиболее подходящее для семантического ядра сайта компании.

Наиболее подходящий запрос:



реклама

По словам  По регионам  История запросов  Все регионы

Последнее обновление: 09.01.2014

Что искали со словом «реклама» — 3 896 450 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">реклама</a>	3 896 450
<a href="#">моя реклама</a>	796 391
<a href="#">песня +из рекламы</a>	206 123
<a href="#">песни +из реклам</a>	206 116
<a href="#">песня +из рекламы песни</a>	206 079
<a href="#">музыка +из рекламы</a>	146 055
<a href="#">реклама 2013</a>	122 554
<a href="#">+моя реклама брянск</a>	120 507
<a href="#">скачать рекламу</a>	111 600
<a href="#">+моя реклама курск</a>	101 893
<a href="#">+моя реклама белгород</a>	95 686
<a href="#">+моя реклама орел</a>	93 703
<a href="#">реклама видео</a>	89 426
<a href="#">+моя реклама работа</a>	84 950
<a href="#">+моя реклама липецк</a>	83 933
<a href="#">+моя реклама гомель</a>	75 917
<a href="#">наружная реклама</a>	70 582
<a href="#">+моя реклама тула</a>	70 413
<a href="#">реклама бесплатно</a>	69 623
<a href="#">бесплатная реклама</a>	69 600
<a href="#">+как убрать рекламу</a>	64 304
<a href="#">смотреть рекламу</a>	61 458
<a href="#">новые рекламы</a>	57 092
<a href="#">реклама фильмов</a>	28 012

Что еще искали люди, искавшие «реклама»:

Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">рекламное агенство</a>	5 889
<a href="#">рекламное агенство москва</a>	5 947
<a href="#">рекламное агенство полного цикла</a>	2 080
<a href="#">рекламное агенство</a>	145 833
<a href="#">монтаж видео</a>	96 441
<a href="#">pr</a>	216 254
<a href="#">public relations</a>	5 499
<a href="#">связи +с общественностью</a>	43 836
<a href="#">виды маркетинга</a>	14 619
<a href="#">маркетинговые коммуникации</a>	20 849
<a href="#">маркетинг</a>	736 573
<a href="#">креатив</a>	162 978
<a href="#">креативные</a>	242 393
<a href="#">рекламные ролики</a>	55 890
<a href="#">рекламные ролики скачать</a>	2 875
<a href="#">продать ненужные вещи</a>	531
<a href="#">продать вещи</a>	21 835
<a href="#">шампунь против выпадения волос</a>	6 449
<a href="#">шампунь +для волос</a>	69 039
<a href="#">товарный знак</a>	79 161

Страницы ← Предыдущая 1 Следующая →

1. Расставьте иерархически термины используя метод тезауруса:

✚ Наука

✚ Электрон

✚ Квантовая механика

✚ Физика

2. Вставьте пропущенное слово в предложение:

Термин «Квантовая механика» является  по отношению к термину «Электрон».

Установите соответствие между зонами видимости поисковых систем и преимуществами, которые они дают.

Ссылки на сайт будут просматриваться каждым целевым пользователем



**+ диапазон**  
**Топ 3**

Ссылки на сайт сможет просматривать некоторая часть целевых пользователей



**+ диапазон**  
**Топ 30**

Ссылки на сайт будут загружаться на компьютер каждого целевого пользователя



**+ диапазон**  
**Топ 10**

Оценка положения ссылок на целевые страницы сайта в результатах выдачи по ключевым запросам в самых популярных поисковиках — это...

- Система статистики ресурса
- Эталон сайта в поисковых системах
- Видимость сайта в поисковых системах
- Метод подсчета количества эффективных показов

Компания “S-пицца” составила семантическое ядро сайта. В него входят следующие запросы:

Запрос	Кол-во обращений в месяц
доставка пиццы	50600
заказ пиццы	35700
пицца на дом	30300
доставка пиццы круглосуточно	15400
доставка пиццы бесплатно	10000

Чему равен эталонный результат показов за месяц?

Ответ:

С помощью интернет сервиса [www.openstat.ru](http://www.openstat.ru) укажите какая часть пользователей пользовались Рамблером в новогодние каникулы с 1 по 8 января 2014 года включительно.

Ответ:  %

Что такое *"источники целевого трафика"*?

- Данные, передаваемые через компьютерную сеть за определенный период времени
- IP-адреса целевых посетителей
- Название одного из методов учета действий пользователя
- Источники, откуда приходят целевые посетители

Вставьте пропущенные слова в определение.

Основной задачей веб-аналитики является

мониторинг посещаемости веб-сайтов .

На основании этих данных определяется веб-аудитория и изучается

структура сайта

Веб-аналитика **не** применяется для...

- развития функциональности сайта на основании тенденций в поведении посетителей
- оценки эффективности рекламных кампаний в интернете
- продвижения сайта в поисковых системах
- выявления проблемных мест в структуре, навигации и контенте сайта

Отметьте главные преимущества счетчиков и лог-анализаторов.

#### Преимущества счетчиков:

- Позволяют получать оперативную наглядную информацию
- Позволяет собирать статистику по скачиваемому контенту и трафику сайта
- Позволяет решать более узкие и сложные задачи, создавать собственные специфические отчеты
- Предоставляют более точные данные о числе посетителей сайта
- Позволяют анализировать ошибки работы сервера, отслеживать хакерские атаки, составлять специальные отчеты
- Просты и удобны в использовании

#### Преимущества лог-анализаторов:

- Просты и удобны в использовании
- Позволяют получать оперативную наглядную информацию
- Позволяют анализировать ошибки работы сервера, отслеживать хакерские атаки, составлять специальные отчеты
- Позволяет собирать статистику по скачиваемому контенту и трафику сайта
- Предоставляют более точные данные о числе посетителей сайта
- Позволяет решать более узкие и сложные задачи, создавать собственные специфические отчеты

Соотнесите виды инструментов веб-аналитики и их основных недостатки.

Инструменты веб-аналитики	Недостатки
<input type="text" value="Счетчики"/>	Для установки и настройки нужна достаточно высокая квалификация администратора веб-ресурса
<input type="text" value="Счетчики"/>	Требуют установки на сайт программного кода
<input type="text" value="Счетчики"/>	Требуют относительно больших денежных и временных затрат на стадии внедрения
<input type="text" value="Счетчики"/>	Могут не собрать или потерять данные, если веб-страница недозагрузилась или возникли технические сбои при передаче данных
<input type="text" value="Счетчики"/>	Невозможность сбора статистики по скачиваемому контенту и трафику сайта

Что **не является** ошибкой установки счетчика?



- Установка счетчика в html-код страниц сайта
- Установка счетчика не на все страницы сайта
- Установка нескольких счетчиков

Закончите предложение.

*Чтобы понять, как поступит поисковик со страницами вашего сайта на первом этапе подбора для отображения в результатах поиска, следует...*

- ...провести контент-анализ сайта по семантическому ядру.
- ...выбрать все релевантные запросу страницы сайта и определить лучшую из них.
- ...составить семантическое ядро сайта.
- ...выполнить поиск по запросам семантического ядра с условием, что поисковик должен показать только страницы вашего сайта.

Закончите определение:

*Закон Ципфа помогает поисковым системам...*

- ...сделать заключение о неестественном характере текста страницы.
- ...ускорить индексацию страниц сайта.
- ...проводить лингвистическую обработку страниц.
- ...конвертировать информацию на странице в чистый текст.

Что нужно сделать, чтобы найти наиболее релевантную страницу вашего сайта для какого-либо запроса?

- проанализировать данные интернет-счетчиков, установленных на вашем веб-сайте
- провести анализ предлагаемой на сайте информации (контент-анализ)
- воспользоваться сервисами взаимодействия вебмастеров с поисковой системой, например «Яндекс.Веб-мастер» или «Центр веб-мастеров Google»
- выполнить поиск по данному запросу с условием, что поисковик должен показать только страницы вашего сайта

Каково оптимальное отношение ключевых слов к остальному тексту сайта?

- 9-12%
- 4-6%
- 1-2%
- 20-25%

Помогите веб-мастеру выбрать наиболее удачный титул страницы для сайта магазина одежды “Силуэт”.

- Магазин одежды “Силуэт”. Классика - это всегда стильно.*
- Новый магазин классической одежды “Силуэт” на улице Ленина. Классика - это всегда стильно. Низкие цены.*
- Магазин одежды “Силуэт”*
- Магазин “Силуэт”*

Каково наиболее оптимальное количество слов на информационной странице?

- 500-800 слов
- 200-500 слов
- менее 200 слов
- более 800 слов

Что такое *спамдексинг*?

Выберите один или несколько вариантов ответа

- комплекс нелегитимных приемов, направленных на обман поисковой системы, их алгоритмов
- специальный алгоритм поисковых систем, позволяющий исключить из выдачи результатов сайты, уровень ранжирования которых был поднят искусственными методами
- сайт, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс
- запрет на индексацию, наложенный поисковыми системами на сайт
- общее названия для методов неэтичного продвижения сайта, так называемая “черная оптимизация”

Какие ухудшения сайта с точки зрения пользователей могут вызвать ошибки излишней коррекции?

Выберите один или несколько вариантов ответа:

- трудночитаемые тексты
- ссылки ведущие на пустые страницы
- большое количество рекламы на сайте
- излишние заголовки
- труднозапоминаемые адреса страниц

Как называется запрет на индексацию, наложенный поисковыми системами на сайт?

- Спамдексинг
- Пессимизация
- Бан
- Клоакинг

Вставьте пропущенные слова, чтобы сделать утверждение верным.

Высокочастотные запросы обычно состоят из ,  
среднечастотные — из , низкочастотные — из  
.

Какие из перечисленных изображений не будут индексироваться Яндексом?

- изображение в формате PNG
- изображение в формате PSD
- изображения размером больше 5 МБ
- анимированные изображение в формате GIF
- изображения, раскрывающиеся при помощи скрипта
- фоновые изображения (бэкграунд)
- изображения, взятые на других сайтах

Заполните поля тега `<img>` следующими параметрами:

- Путь к файлу: `http://htmlbook.ru/example/images/girl.png`
- Описание картинки: `Рисунок девушки`

```

```

Что для поисковых систем являются основным источником информации о спамерских приемах связанных с размещением скрытого текста?

- жалобы веб-мастеров конкурирующих сайтов
- файл 'robots.txt', находящийся в корневой директории сайта
- индексация каскадных таблиц стилей (CSS)

Установите соответствие между *видами спамдексинга* и их *характерными чертами*

создание дорвеев	– создание сайтов, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс
создание дорвеев	– искусственное увеличение весов ключевых слов, проводимое для улучшения ранжирования в поисковых системах
создание дорвеев	– различная выдача информации поисковым роботам и пользователям на одной и той же странице
создание дорвеев	– замена содержимого страницы, успешно проиндексированной поисковой системой

Что такое *"редирект"*?

- специальный алгоритм поисковых систем
- автоматическое перенаправление пользователей с одного сайта на другой
- сайт, использующийся оптимизатором исключительно для переадресации пользователя на продвигаемый ресурс
- способ чёрной оптимизации сайтов

В приведенном примере веб-страницы использован прием непринудительного перенаправление посетителя с одной страницу на другую. Какое название носят подобные страницы?



- дорвей
- редирект
- неполный дубль
- своп-страница
- бридж-страница
- полный дубль

Какой прием спамдексинга использован в приведенном примере?

## Интересные сайты

<p><a href="#">Мир компьютерной грамотности и интернет-технологий</a> <small>реклама :)</small></p> <p>Ссылка: <a href="http://pc-vestnik.ru/">http://pc-vestnik.ru/</a>            Переходов: 4093, <a href="#">Поделиться ссылкой</a> не работает?</p> <p style="text-align: right;"><a href="#">Комментарии</a></p>	<p><a href="#">Главная</a>  <a href="#">Лучшие сайты</a>  <a href="#">Случайные сайты</a>  <a href="#">Поиск</a>  <a href="#">Прямой эфир</a></p>
<p><a href="#">Клуб оригами из бумаги</a> <small>новый</small></p> <p>Ссылка: <a href="http://ClubOrigami.ru">http://ClubOrigami.ru</a>            Категория: <a href="#">Инструкции</a>, Переходов: 147, <a href="#">Поделиться ссылкой</a> не работает?</p> <p style="text-align: right;"><a href="#">Комментарии</a></p>	<p><a href="#">Добавить сайт</a></p> <p>Интересные сайты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Авто</a>(13)</li> <li>- <a href="#">Генераторы</a>(33)</li> <li>- <a href="#">Заработок</a>(7)</li> <li>- <a href="#">Игры</a>(77)</li> <li>- <a href="#">Инструкции</a>(5)</li> <li>- <a href="#">Искусство</a>(24)</li> <li>- <a href="#">Коллекции</a>(80)</li> <li>- <a href="#">Конкурсы</a>(6)</li> <li>- <a href="#">Комиксы</a>(7)</li> <li>- <a href="#">Мобильное</a>(4)</li> <li>- <a href="#">Музеи</a>(60)</li> <li>- <a href="#">Необычное</a>(126)</li> <li>- <a href="#">Новости</a>(15)</li> </ul>
<p><a href="#">«Тоже Мне»</a></p> <p>Ссылка: <a href="http://tozhemne.com/">http://tozhemne.com/</a>            Категория: <a href="#">Путешествия</a>, Переходов: 342, <a href="#">Поделиться ссылкой</a> не работает?</p> <p style="text-align: right;"><a href="#">Комментарии</a></p>	
<p><a href="#">«МогуЗа»</a></p> <p>Ссылка: <a href="http://moquza.ru/">http://moquza.ru/</a></p>	

- Контентный спам
- Клоакинг
- Спам тегов
- «Накачка» текстов ключевыми словами
- Ссылочный спам

Вставьте пропущенные слова, чтобы сделать определения верными.

1. *Контекстная реклама* – тип рекламы в интернете, применяемый

в поисковых системах, при котором рекламное объявление

показывается в соответствии с содержанием

2. *Поисковая реклама* – частный случай контекстной рекламы, применяемый

в поисковых системах. Отличительной особенностью является то, что

выбор демонстрируемых рекламных сообщений определяется с учетом поискового запроса пользователя.

Технология показа рекламных материалов в поисковых системах в ответ на заранее известные запросы пользователей называется...

- конвертацией
- таргетингом
- поисковой рекламой

Google

Поиск Картинки Видео Карты Новости Ещё Инструменты поиска

Результатов: примерно 891 000 (0,27 сек.)

**Картинки по запросу **шкаф купе**** Пожаловаться на картинки

Другие картинки по запросу **шкаф купе**

**Шкафы-купе - Интернет магазин мебели Ашан**  
www.auchan.ru/pokupki/korpusnaia-mebel/skafi-kupe.html  
Широкий ассортимент недорогих **шкафов купе** в Интернет магазине мебели АШАН. Все модели в наличии, удобство выбора и покупки, доставка и ...

**Купить шкафы купе недорого на заказ: цены, фотографии...**  
www.stolplit.ru/internet-magazin/katalog-mebeli/80-shkafy-kupe/  
В данном разделе интернет-каталога мебельной фабрики «Столлплит» представлены **шкафы-купе**, которые можно увидеть на фото и заказать на ...

**Шкафы-купе Производителя**  
www.enter.ru/  
и еще более 50 000 товаров на сайте Enter - новый способ покупать

**Шкафы Купе Фото Каталог**  
ask.com/Шкафы+Купе+Фото+Каталог  
Ищете Шкафы Купе Фото Каталог? Найдите результаты на Ask.com.

**Купить шкаф-купе ЛАЗУРИТ.**  
www.lazurit.com/  
8 (800) 100-50-22  
Интернет-магазин фабрики. Европейское качество. Доставка по РФ 3-7 дней!

**Шкафы Купе Каталог, Фото**  
www.masmeb.ru/  
Фото дизайна интерьеров и мебели.

Какой из вариантов для показа рекламных объявлений в соответствии с запросом применен рекламодателями в большинстве случаев?

- Учет морфологии
- Минус-слова
- Точное соответствие запросу

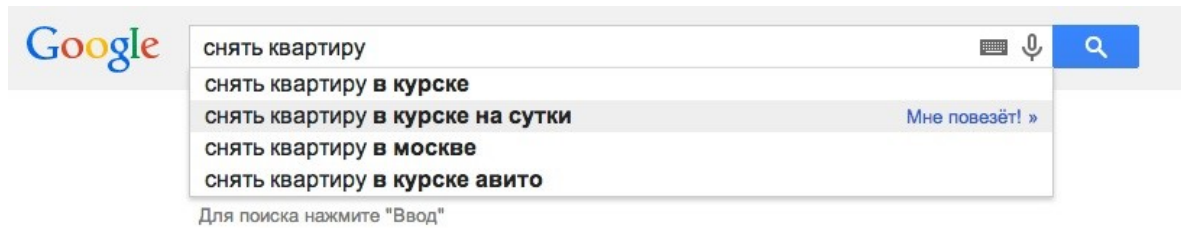
Назовите третий ведущий сервис показа контекстной рекламы в России

1. Яндекс.Директ
2. Google AdWords



## 3. Yahoo!Search Marketing

Какой вид таргетинга здесь использован?



- географический
- временной
- социальный

Что из перечисленного является преимуществом, а что характеристикой товара или услуги?

1. Быстрое приготовление блюда — преимущество

2. Клиент экономит время — преимущество

3. Усовершенствованная технология гарнитуры — преимущество

4. Покупатель наслаждается чистым звуком — преимущество

5. Мягкая кожаная поверхность кресла — преимущество

Некоторые покупатели магазина пчеловодства узнали о нем с помощью Интернета, но не стали делать онлайн-заказ, а просто пришли в магазин. Как в этом случае оценить роль Интернета в продажах?

- Оценить роль Интернета в данном случае невозможно
- Воспользоваться геотаргетингом, он позволяет точно определить пользователей посетивших сайт
- Провести сравнительный анализ источников и результатов обращения
- Воспользоваться системой анализа логов

На сайт магазина пчеловодства в марте 2014 года наблюдалась 1000 уникальных посетителей, однако заинтересованные пользователи купили что-либо на этом сайте только 5 раз. Чему равен коэффициент конверсии этого периода?

*коэффициент конверсии* =  %

Закончите предложение.

*Цель семантической разметки – сделать интернет более понятным и структурированным. Это поможет...*

- облегчить или даже разнообразить довольно рутинные задачи веб-мастеров
- облегчить поисковым системам обработку информации
- ускорить работу браузеров в интернете
- облегчить работу оптимизатора, автоматизируя множество однообразных процессов

Вы – производитель удочек и рыболовных снастей, опираясь на характеристики предложенных сайтов, выберите для себя одно наиболее привлекательное место для размещения рекламы.

- «Рыболовные секреты, фото и видео» | 3 000 посетителей в день
- «Интернет магазин рабочей обуви и спецодежды» | 16 000 посетителей в день
- «Портал модной мужской одежды» | 18 000 посетителей в день
- «Рецепты рыбных блюд» | 23 000 посетителей в день
- «Рыбы Мирового океана» | 9 000 посетителей в день

Вставьте значения в формулу расчета кликабельности (CTR)

$$\text{CTR} = \frac{\text{количество кликов}}{\text{количество кликов}}$$

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
создание дорвеев, переадресация	–	"Белое" продвижение
насыщение ресурса тематическими статьями	–	"Белое" продвижение
обмен тематическими ссылками	–	"Белое" продвижение
обмен нетематическими ссылками	–	"Белое" продвижение

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения	«Цвет» продвижения
-----------------	--------------------

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
скрытые тексты на страницах	–	"Белое" продвижение
частое использование тэгов типа <code>&lt;strong&gt;</code> и <code>&lt;b&gt;</code>	–	"Белое" продвижение
правка титулов страницы	–	"Белое" продвижение
наполнение контента избыточными ключевыми словами	–	"Белое" продвижение

Соотнесите методы продвижения сайта в поисковых системах и их «цвет».

Вид продвижения		«Цвет» продвижения
оптимизация кода сайта	–	"Белое" продвижение
взаимный обмен ссылками с близкими по тематике сайтами	–	"Белое" продвижение
услуги сервисов автоматического обмена контентом	–	"Белое" продвижение
использование мелкого, нечитабельного текста	–	"Белое" продвижение

Соотнесите содержание запросов и их тип.

Тип запроса	Текст запроса
Навигационный	«Программа передач первый канал»
Навигационный	«Скачать mp3 бесплатно»
Навигационный	«Улица»

Тип запроса	Текст запроса
Навигационный	«Рецепт солянки»
Навигационный	«Администрация воронежской области»

Тип запроса	Текст запроса
Навигационный	«Заказать роллы»
Навигационный	«В контакте»
Навигационный	«Боксерские перчатки оптом»
Навигационный	«Системные требования battlefield 4»
Навигационный	«Рецепт солянки»

Поисковый трафик характерен для...

- популярных информационных порталов
- сайтов не имеющих постоянной аудитории
- социальных сетей
- популярных сервисных проектов
- молодых и развивающихся сайтов
- большинства сайтов коммерческих компаний

Type-in трафик характерен для...

- молодых и развивающихся сайтов
- популярных информационных порталов
- социальных сетей
- большинства сайтов коммерческих компаний
- популярных сервисных проектов
- сайтов не имеющих постоянной аудитории

Переходы по референтным ссылкам характерны для...

- социальных сетей
- сайтов не имеющих постоянной аудитории
- популярных сервисных проектов
- популярных информационных порталов
- для всех в равной степени
- молодых и развивающихся сайтов
- большинства сайтов коммерческих компаний

Распределите по порядку этапы процесса индексирования текста поисковой машиной

- 1.
- 2.
- 3.

+ Выборка слов и лингвистическая обработка

+ Группировка слов в отдельный список

+ Очистка данных от нетекстовых элементов, преобразование в чистый текст

Чем гиперссылка отличается от обычной ссылки на сайте?

- имеет ряд дополнительных возможностей
- используется только поисковыми системами
- ведет к элементу, расположенному за пределами данного сайта
- открывается в соседней вкладке браузера
- генерируется автоматически

Что такое *поисковый индекс*?

- программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в интернете
- программная единица, позволяющая хранить и обрабатывать множество однотипных и/или логически связанных данных в вычислительной технике
- комплекс программ, предназначенный для поиска информации
- структура данных, которая содержит информацию о документах и используется в поисковых системах