

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова Алёна Григорьевна

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
WEB-АНАЛИТИКА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	7

## Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью».

3. Разработчик: Е.В. Афанасьева, преподаватель департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;  
Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

## 1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компете		
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворит ельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворител ьно) 3 балла	Средн урове: (хорош 4 балл
<b>ПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей деятельности, следуя принципам социальной ответственности.			
Результаты обучения по дисциплине: <b>ИД-1 ПК-7</b> Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампании, по созданию коммуникационного продукта.	Отсутствуют навыки анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе	Не в полной мере присутствуют навыки анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого	В достаточной степени представлены навыки анализа возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом э
<b>ИД-2 ПК-7</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Отсутствие способности осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	Не в полной мере способен осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели	В достаточной мере способен осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивать идеи других членов команды для достижения поставленной цели
<b>ИД-3 ПК-7</b> Владеет навыками	Не способен соблюдать нормы и	Не в полной мере способен соблюдать	В достаточной мере способен соблюдать

использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат, реализует инклюзивный подход в социальном и профессиональном взаимодействии	нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат, реализует инклюзивный подход в социальном и профессиональном взаимодействии	нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат, реализует инклюзивный подход в социальном и профессиональном взаимодействии
--	--	--	--

**ПК-9** Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых мероприятий направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Результаты обучения по дисциплине: <b>ИД-1 ПК-9</b> Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Отсутствуют навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач	Не в полной мере присутствуют навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач	В достаточной степени представлены навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач
<b>ИД-2 ПК-9</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Не умеет разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Не в полной мере способен разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	В достаточной мере способен разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

<p><b>ИД-3 ПК-9</b> Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p>	<p>Не способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.</p>	<p>Не в полной мере способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.</p>	<p>В достаточной мере способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.</p>
<p><b>ПК-10</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>			
<p>Результаты обучения по дисциплине: <b>ИД-1 ПК-10</b> Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p>Отсутствуют навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач</p>	<p>Не в полной мере присутствуют навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач</p>	<p>В достаточной степени представлены навыки формулировки цели проекта, определения совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определения ожидаемых результатов решения задач</p>
<p><b>ИД-2 ПК-10</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p>Не умеет разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и</p>	<p>Не в полной мере способен разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся</p>	<p>В достаточной мере способен разрабатывать план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся</p>

	ограничений	ресурсов и ограничений	имеющих ресурсов и ограничений
<b>ИД-3 ПК-10</b> Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Не способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.	Не в полной мере способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.	В достаточной мере способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры – в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	Веб-аналитика	Система для анализа эффективности методов продвижения, оценка их результатов - это	ПК - 7
2.	3	<p>Что НЕ входит в задачи специалистов по веб-аналитике:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучение и внедрение новых программ, которые повышают конверсию и улучшают позиции товара на рынке;</li> <li>2) создание качественного рекламного предложения, которое будет иметь отклик у пользователей;</li> <li>3) разработка дизайна продаваемого продукта;</li> <li>4) аналитический анализ действий компании.</li> </ol>	ПК - 9
3.	Комплексная аналитика	Какой вид аналитики занимается сбором и анализом статистических данных	ПК - 10
4.	Лог-анализатор	внутренняя локальная программа, устанавливаемая на компьютер пользователя, как правило, сервер, которая с определенной периодичностью собирает и обрабатывает данные, хранит их в своём внутреннем архиве, создаёт страницы, показывающие статистику пользователю.	ПК - 9
5.	Сквозная аналитика	Какой вид аналитики сосредотачивает внимание на анализе поведения пользователей	ПК - 7
6.	3	<p>Какие индикаторы НЕ используют для анализа, чтобы найти слабые и сильные стороны рекламной политики:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) время, в течение которого пользователь находится на сайте;</li> <li>2) количество просмотренных пользователем страниц;</li> <li>3) источник дохода;</li> <li>4) количество переходов с одной страницы на другую;</li> <li>5) особенности целевой аудитории (возраст, интересы, пол, географическая принадлежность, социальный статус и др.);</li> </ol>	ПК - 9

		6) источник перехода; 7) действия пользователя (отклики, покупка товаров и др.)	
7.	Стратегия продвижения	Как называется план рекламных мероприятий, разработанный на основании результатов маркетинговых исследований и состоящий из разработки списка коммуникативных каналов, инструментов продаж и рекламных мер	ПК - 9
8.	Воронка продаж	Как называется путь клиента от торгового предложения до покупки	ПК - 9
9.	Конверсия в рекламе	... - это отношение числа обращений(кликов) по рекламе к показам данного рекламного контента	ПК - 9
10.	Коллтрекинг	Название технологии для отслеживания и систематизации входящих звонков по рекламным источникам (каналам) и внутри них	ПК - 7
11.	2	Набор методов и мер, которые призваны повысить значимость сайта в глазах поисковых систем для увеличения поискового трафика: 1. Аналитика 2. SEO 3. SMM	ПК - 9
12.	Лиды	Как называется «теплая», уже расположенная к покупке аудитория, так как она сама дает свои контакты	ПК - 9
13.	Трафик	количество уникальных посетителей, перешедших на сайт из форумов, тематических блогов, социальных сетей, видеохостингов и других площадок – это	ПК - 9
14.			ПК - 10
15.		Показатель в процентах, сколько посетителей сайта выполнили целевое действие: совершили покупку, оставили заявку, подписались на рассылку – это	ПК - 9
16.	Сквозная аналитика	Этот вид аналитики отслеживает весь путь клиента: от первого клика до покупки. Такой метод анализа помогает понять, какой источник трафика приводит покупателей, а какой приводит только заявки без дальнейшей оплаты	ПК - 7
17.	1	Как называется переход пользователя из рекламного объявления на целевую страницу: 1. Клик 2. Блиц-опрос	ПК - 9

		3. Тестирование 4. Покупка	
18.	Мобильная аналитика	Вставьте недостающую фразу: С помощью ... можно определить, как пользователи нашли приложение, сколько раз скачали, как часто его открывают и что в нём делают	ПК - 7
19.	4	Способ управления взаимоотношениями с клиентами и оптимизации бизнес-процессов. Ключевой составляющей данного подхода является ...-система — специальное программное обеспечение для организации работы с лидами, отслеживания действий клиентов и автоматизации коммуникаций: 1. SMM 2. BTV 3. SEO 4. CRM	ПК - 9
20.	Post-view-анализ	Он учитывает каждый показ рекламных материалов: пользователь увидел медийную рекламу, но не совершил целевое действие (переход по баннеру или звонок) или зашел на сайт рекламодателя позже и из других источников	ПК - 7
21.	Микро-конверсия	Как называется любое действие пользователя на сайте, которое демонстрирует его начальную заинтересованность в том, чтобы приобрести продукт или услугу и совершить главное действие	ПК - 10
22.	Отклик	Внутренний показатель, способ отследить собственный прогресс и прогресс относительно прямых конкурентов того же уровня	ПК - 9
23.	Вебвизор	Бесплатный инструмент Яндекс. Метрики, который помогает анализировать поведение пользователей на страницах сайта	ПК - 9
24.	Интерфейс	Все, что видит посетитель онлайн-магазина, попадая на его сайт: тексты, карточки товаров, картинки, видео, кнопки, меню и так далее	ПК - 7
25.	Удержание клиентов	Способность компании удерживать существующих покупателей	ПК - 9
26.	Программа лояльности	Система поощрений, которая способствует повышению преданности бренду уже имеющихся клиентов	ПК - 9
27.	Информация о клиентах	Главный капитал фирмы, который должен использоваться с максимальной пользой для того, чтобы достичь конкурентоспособности и сохранить ее	ПК - 10

28.	a	Инструмент, позволяющий сортировать данные, предоставляемые счетчиками веб-аналитики в определенном, заданном пользователем порядке, с целью упрощения процесса анализа и принятия решений: а) Фильтр б) Аналитика в) Сортировка г) Отклик	ПК - 9
29.	Боты	Программа, выполняющая автоматические заранее настроенные повторяющиеся задачи	ПК - 7
30.	с	Вид интернет-мошенничества, целью которого является получение доступа к конфиденциальным данным пользователей — логинам и паролям: а) Спам б) Контент в) Фишинг г) Лайк	ПК - 9
31.	Чат-бот	Программа, которая имитирует реальный разговор с пользователем	ПК - 10
32.		Дайте определение мониторингу	ПК - 9
33.	b	Любая информация, относящаяся к определенному или определяемому на основе такой информации физическому лицу: а) Конверсия б) Персональные данные в) Контент г) Интерфейс	ПК - 7
34.	Посев	Первичная публикация контента в социальной сети	ПК - 9
35.	Целевые действия	Желаемые для компании действия клиентов	ПК - 9
36.	a	Соответствие объявления, ключевых фраз и посадочной страницы пользовательскому запросу: а) Релевантность б) Инфоповод в) Лояльность	ПК - 7
37.	Юзабилити	Качественный показатель простоты и удобства использования сайта	ПК - 9
38.	Удержание клиентов	Этот показатель измеряют в процентном соотношении количества	ПК - 9

		клиентов компании в конце отчетного периода к их количеству на момент начала отчетного периода	
39.	E-commerce	Электронная торговля или электронная коммерция — объединяет все площадки и сервисы, где оплата происходит онлайн	ПК - 7
40.	с	Способность удовлетворять какую-нибудь человеческую потребность: а) Отзывы б) Отклик в) Полезность г) Фишинг	ПК - 9
41.	Тестинг	Маркетинговая акция по привлечению внимания покупателя к товару методом его опробования до покупки с рассказом о качественных характеристиках товара	ПК -10
42.	Лояльность	Корректное отношение, верность чему-либо	ПК - 9
43.	d	Количество страниц, которые пользователь открыл и просмотрел за один сеанс: а) Скроллинг б) Конверсия в) Отказы г) Глубина просмотра	ПК - 7

## 2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

## 3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.