

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1. В.12 МЕНЕДЖМЕНТ САЙТА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ

Автор–составитель: к.э.н.

доцент кафедры Системного анализа и информатики Черноусов А.А.

Направление подготовки:09.03.03 «Прикладная информатика»

Направленность: «Прикладная информатика в энергетических системах»

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Цели и задачи дисциплины (модуля).

Дисциплина «Менеджмент сайта и его продвижение» предназначена для реализации требований, предъявляемых в квалификационной характеристике выпускника, в подготовке специалиста в области использования систем управления контентом (CMS), поисковых систем и каталогов, систем интернет статистики, создающих основу для дальнейшей профессиональной деятельности обучающихся.

В соответствии с назначением, **основной целью** дисциплины является формирование у будущих бакалавров теоретических знаний в сфере интернет технологий, практических умений и навыков настройки CMS систем, эксплуатации поисковых систем и служб интернет-статистики, обучение методологии самостоятельной работы с использованием современной литературы и технической документации в профессиональной деятельности.

Исходя из цели, в процессе изучения дисциплины решаются **следующие задачи**:

- формирование у студентов знаний основ систем управления контентом (CMS);
- умение использовать поисковые системы и каталоги;
- умение использовать системы интернет-статистики при анализе посещаемости web-узла;
- использовать статистические данные при проведении маркетинговых исследований в Интернет;
- использовать статистические данные при анализе производительности web-служб.

План курса

№ п/п	Название темы	Основные вопросы и положения, раскрывающие содержание темы
1.	Введение. Содержание курса	Управление сайтом при помощи систем управления контентом (CMS), а также проведение статистических исследований в Интернет.
2.	Основные понятия CMS.	Проблемы возникающие при поддержании актуальности информации на сайте. Определение CMS. Краткое описание CMS. Динамический и статический сайты.
3.	Жизненный цикл контента.	Характеристика контента. Создание контента. Управление автоматизированными деловыми процессами. Распространение контента. Персонализация и глобализация контента.
4.	Классификация систем управления контентом.	Критерии классификации. Простая CMS. Шаблонная CMS. Профессиональная CMS. Универсальная CMS.

5.	Критерии выбора систем управления контентом.	Функциональные и технологические возможности систем управления контентом. Требования к системам управления контентом. Вопросы, решаемые при выборе системы управления контентом.
6.	Разработка и поддержание Web-сайта на основе системы управления контентом.	Описание разработки и поддержки web-сайта, базирующегося на системе управления контентом. Жизненный цикл системы управления контентом как информационной системы.
7.	Метатеги.	Метатеги – эквиваленты HTTP-заголовков. Метатеги для поисковых машин: ключевые слова и описания, язык документа, языковые варианты документа, начало набора, инструкции для роботов, тег META для роботов и другие метатеги.
8.	Поисковые системы и каталоги.	Информационно-поисковые системы. Индекс поисковой системы, полнотекстовый поиск, учет морфологии, релевантность. Методы регистрации в поисковых системах. Индекс цитирования. Контроль наличия документов в индексе поисковых машин. Регистрация в каталогах. Популярность в каталогах.
9.	Обзор поисковых систем и каталогов.	Российские поисковые системы, специализированные российские поисковые системы, поисковые системы ближнего зарубежья, зарубежные поисковые системы. Русскоязычные каталоги, зарубежные каталоги.
10.	Введения и основные понятия метрической аналитики.	Понятие аудитории. Понятие Интернет исследования и особенности их проведения. Краткая характеристика российского Интернета. Классификация систем Интернет-статистики.
11.	Анализ посещаемости web-узла.	Понятие бизнес-аналитического решения. Анализ журнала посещаемости сайта. Заказные статистические исследования. Определение профиля сайта. Определение перечня сайтов, посещаемых вашей аудиторией. Определение целевой аудитории сайта.
12.	Посетители Интернет ресурсов.	Типы посетителей сайтов. Модели поведения посетителей сайта. Пользователи Интернет магазинов.
13.	Методология сбора данных в Интернет.	Идентификация пользователей. Трудности опознания. Вторичные данные. Идентификация пользователей в мобильной среде. Методы построения выборок для отчёта «Глобальная статистика». Метод обработки данных по трафику с поисковых машин, рейтингов и каталогов.
14.	Проведение маркетинговых исследований в Интернет.	Интернет-маркетинг. Оценка эффективности рекламных компаний. Баннерная реклама, контекстная реклама, обмен ссылками. Особенности проведения маркетинговых исследований в Интернет. Возможности Интернет-статистики при проведении маркетинговых исследований.

15.	Использование статистических данных при анализе производительности web-служб.	Понятие производительности Web-служб. Факторы, влияющие на производительность web-служб. Расчёт пропускной способности сайта. Проведение анализа производительности web-служб.
16.	Системы Интернет статистики.	Понятие системы Интернет статистики. Российские системы Интернет статистики. HotLog. Rambler. SpyLog. Mail.ru.

Формы текущего контроля промежуточной аттестации

По окончании изучения дисциплины «Менеджмент сайта и его продвижение» слушатель должен:

- **знать** строение CMS, стадии жизненного цикла контента, основные средства для ведения метрической аналитики в Интернет;
- **уметь** анализировать рынок в сети Интернет, проводить анализ и использовать полученную информацию для грамотной настройки CMS.
- **владеть** навыками внедрения и адаптации CMS, управления контентом на стадиях жизненного цикла, а также создания и модификации CMS.

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Менеджмент сайта и его продвижение»

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-18	Способность принимать участие в организации ИТ-инфраструктуры и управлении информационной безопасностью	на уровне знаний: знать строение CMS
		на уровне умений: уметь анализировать и использовать полученную информацию для грамотной настройки CMS
		на уровне навыков: владеть навыком внедрения и адаптации CMS
ПК-21	Способность проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем	на уровне знаний: знать основные средства для ведения метрической аналитики в Интернет
		на уровне умений: уметь анализировать рынок в сети Интернет
		На уровне навыков: навыками создания и модификации CMS

Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) «Менеджмент сайта и его продвижение» для очно-заочной формы

Вид учебной работы		Количество часов										
		Всего по уч. плану	Семестр									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
аудиторные занятия (всего):		32										32
в том числе	лекционные занятия	16										16
	практические занятия	16										16
самостоятельная работа:		76										76
общая трудоемкость дисциплины:	часы:	144										108
	зачетные единицы:	4										3
Формы итогового контроля		Экзамен										36ч.

Основная литература.

1. Загуменов А.П. Как раскрутить и разрекламировать Web-сайт в сети Интернет. Изд-во ДНК, 2015 г. ISBN 5-94074-027-8.
2. Менаске Д.А., Алмейда В.А. Производительность Web служб. Анализ, Оценка и Планирование. Изд-во Диасофт, 2013 г., 480 стр. ISBN: 5-93772-067-9.

Дополнительная литература.

1. Мержевич В. Ускорение работы сайта. Изд-во БХВ-Петербург, 2005 г. ISBN 5-94157-525-4.
2. Джонсон Д. Web-дизайн. Типичные ляпы. Изд-во Кудиц-образ, 2005 г. ISBN 5-9579-0065-6.