

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет имени
К.И. Сатпаева

Институт информационных и телекоммуникационных технологий

Кафедра кибербезопасность, обработка и хранение информации

Сейтнаби Сейтсултан Тилегенулы

Разработка сайта для компании по продвижению контекстной рекламы

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Специальность 5В070300 – Информационные системы

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет имени
К.И. Сатпаева

Институт информационных и телекоммуникационных технологий

Кафедра кибербезопасность, обработка и хранение информации

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
КБОиХИ, канд. техн. наук,
ассистент-профессор.

 Н.А. Сейлова
«14» мая 2019 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

На тему: «Разработка сайта для компании по продвижению контекстной
рекламы»

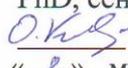
Специальность 5В070300 – Информационные системы

Выполнил

Сейтнаби С.Т.

Рецензент,
заместитель руководителя Национальной
научной лаборатории коллективного
пользования информационных и

Научный руководитель,
PhD, сениор лектор

 О.В. Киселева
«8» мая 2019 г.

технических технологий НАО КазНТУ
имени К.И.Сатпаева, PhD

 Кызметкерлермен
жұмыс бөлімі» К. А. Бостанбеков
«8» мая 2019 г.

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет имени
К.И. Сатпаева

Институт информационных и телекоммуникационных технологий

Кафедра кибербезопасность, обработка и хранение информации

5B070300 – Информационные системы

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
КБОиХИ, канд.техн.наук,
ассистент-профессор.

 Н.А. Сейлова

« 14 » мая 2019 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение дипломной работы

Обучающемуся Сейтнаби Сейтсултана Тилегенулы

Тема: Разработка сайта для компании по продвижению контекстной рекламы.

Утверждена приказом Ректора Университета №116 2-б от 16.10.2018 г.

Срок сдачи законченной работы «15» мая 2019 г.

Исходные данные к дипломной работе: результат литературного обзора современного состояния по данной теме, сбор теоретического материала.

Краткое содержание дипломной работы:

а) интернет-маркетинг;

б) разработка сайта;

в) настройка рекламных кампании в инструментах интернет рекламы.

Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей): представлены 11 слайдов презентации работы.

Рекомендуемая основная литература: из 12 наименований

ГРАФИК
подготовки дипломной работы

Наименование разделов, перечень разрабатываемых вопросов	Сроки представления научному руководителю и консультантам	Примечание
Обзор и анализ существующих компаний по контекстной рекламе	10.01.2019 – 08.03.2019	
Разработка сайта	05.02.2019 – 10.03.2019	
Настройка рекламных кампаний в инструментах интернет рекламы	11.03.2019 – 28.04.2019	

Подписи

консультантов и нормоконтролера на законченную дипломную работу с указанием относящихся к ним разделов работы

Наименование разделов	Консультанты, И.О.Ф. (уч. степень, звание)	Дата подписания	Подпись
Разработка ПО	М.Т.Н М.Б. Бауржан	8.05.19г	
Нормоконтроллер	Сениор-лектор, PhD О. В. Киселева	8.05.19г	

Научный руководитель



Киселева О. В.

Задание принял к исполнению обучающийся  Сейтнаби С. Т.

Дата

" 8 " января 2019 г.

РЕЦЕНЗИЯ

на дипломный проект

Сейтнаби Сейтсултан Тилегенулы

Специальности 5В070300 Информационные системы

На тему: «Разработка сайта для компании по продвижению контекстной рекламы»

Выполнено:

- а) графическая часть на 11 листах
б) пояснительная записка на 45 страницах

ЗАМЕЧАНИЯ К РАБОТЕ

В представленном на рецензирование дипломном проекте разработан сайт для компании ТОО «Power Media».

Пояснительная записка дипломного проекта состоит из 3 глав. В первой главе проведен анализ существующих компаний, которые предоставляют услуги интернет рекламы. Во второй главе разработан сайт и телеграмм бот для компании. Сайт содержит всю информацию о компании. Телеграмм бот предоставляет актуальную информацию об услугах и прайсах компании. В третьей главе производится непосредственная настройка рекламных кампаний в инструментах интернет рекламы, таких как Google Ads, Яндекс.Директ, DFP (DoubleClick for Publisher). Также рассмотрена работа в инструменте Google Analytics.

Не достаточно развернуто описана вторая глава по разработке сайта компании ТОО «Power Media».

Оценка работы

Данная дипломная работа выполнена на хорошем уровне. Соответствует актуальной информации о компании. Телеграм бот работает корректно и предоставляет нужную информацию. Дипломный проект демонстрирует умение студента разрабатывать сайт и телеграм бота. Студент разработал сайт при помощи языков программирования HTML, JavaScript, CSS. Студент выгрузил данную работу на сервер и хостинг.

Считаю, что дипломный проект Сейтнаби Сейтсултана на тему: «Разработка сайта для компании по продвижению контекстной рекламы» заслуживает оценки 95 баллов (Отлично), а Сейтнаби С.Т. – присвоения академической степени бакалавра по специальности 5В070300 – Информационные системы.

Рецензент

Заместитель руководителя Национальной
научной лаборатории коллективного пользования
информационных и космических технологий
НАО КазННТУ имени К.И. Сатпаева, PhD

К. А. Бостанбеков



2019 г.

Ф КазННТУ 706-17. Рецензия

ОТЗЫВ

НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

на дипломную работу

(наименование вида работы)

Сейтнаби Сейтсултан Тилегенулы

(Ф.И.О. обучающегося)

5B070300 – Информационные системы

(шифр и наименование специальности)

Тема: Разработка сайта для компании по продвижению контекстной рекламы.

Интернет реклама набирает большую популярность на сегодняшний день. Любая компания на сегодняшний день пытается выпустить свою рекламу об услугах в интернет. Студент разработал сайт и телеграм бот, который предоставляет информацию о компании ТОО «Power Media». Сайт разработан корректно, с использованием языков Html, CSS, Javascript. Тема интернет рекламы очень актуальна сегодня.

В дипломной работу рассматриваются инструменты интернет-маркетинга. Такие как Google Ads, Яндекс.Директ, DFP (DoubleClick for Publisher).

Во второй главе ведется разработка сайта. Студент также загрузил свой сайт на хостинг.

В процессе написания дипломной работы Сейтнаби С.Т. показал себя самостоятельным, грамотным, хорошо подготовленным специалистом. Также проявил высокий научно-технический уровень.

Рекомендую дипломную работу, выполненную Сейтнаби С.Т., к защите. Считаю, что он заслуживает присвоения академической степени бакалавра по специальности 5B070300 – Информационные системы.

Научный руководитель

PhD, сеньор-лектор

(должность, уч. степень, звание)



Киселева О.В.

(подпись)

«8» мая 2019 г.

Окончательное решение в отношении допуска к защите, включая обоснование:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Допущен к защите

.....

Дата *14.06.192*

.....

Подпись заведующего кафедрой /



начальника структурного подразделения



Протокол анализа Отчета подобия Научным руководителем

Заявляю, что я ознакомился(-ась) с Полным отчетом подобия, который был сгенерирован Системой выявления и предотвращения плагиата в отношении работы:

Автор: Сейтнаби Сейтсултан

Название: Создание сайта для компании по продвижению контекстной рекламы

Координатор: Ольга Киселева

Коэффициент подобия 1:11,5

Коэффициент подобия 2:10,3

Тревога:0

После анализа Отчета подобия констатирую следующее:

- обнаруженные в работе заимствования являются добросовестными и не обладают признаками плагиата. В связи с чем, признаю работу самостоятельной и допускаю ее к защите;
- обнаруженные в работе заимствования не обладают признаками плагиата, но их чрезмерное количество вызывает сомнения в отношении ценности работы по существу и отсутствием самостоятельности ее автора. В связи с чем, работа должна быть вновь отредактирована с целью ограничения заимствований;
- обнаруженные в работе заимствования являются недобросовестными и обладают признаками плагиата, или в ней содержатся преднамеренные искажения текста, указывающие на попытки сокрытия недобросовестных заимствований. В связи с чем, не допускаю работу к защите.

Обоснование:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

08.05.2019

Дата

О. Кудрявцев

Подпись Научного руководителя



Университет:	Satbayev University
Название:	Создание сайта для компании по продвижению контекстной рекламы
Автор:	Сейтнаби Сейтсултан
Координатор:	Ольга Киселева
Дата отчета:	2019-05-03 09:23:30
Козффициент подобия № 1: ?	11,5%
Козффициент подобия № 2: ?	10,3%
Длина фразы для козффициента подобия № 2: ?	25
Количество слов:	4 247
Число знаков:	31 481
Адреса пропущенные при проверке:	
Количество завершенных проверок: ?	12

<<

Самые длинные фрагменты, определенные, как подобные

№	Название, имя автора или адрес гиперссылки (Название базы данных)	Автор	Количество одинаковых слов	Удалить отмеченное
1	URL_ https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics		324	
2	URL_ https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics		52	
3	URL_ https://sites.help.adfox.ru/page/29/		36	
4	URL_ https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics		26	
5	URL_ https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics		8	
6	URL_ http://www.deplanken.be/gastenboek		7	
7	Технология организации облачных вычислений <i>Azerbaijan Technical University (ATU) (Informasiys texnologiyaları və programlaşdırma)</i>	Zeynalova Nərmine İlqar q	6	
8	URL_ http://www.deplanken.be/gastenboek		6	
9	URL_ http://euro.polpred.com/news/?kw=146&person_id=all&page=5		5	
10	Технология организации облачных вычислений <i>Azerbaijan Technical University (ATU) (Informasiys texnologiyaları və programlaşdırma)</i>	Zeynalova Nərmine İlqar q	5	

звмствования

Не обнаружено каких-либо звмствования

Документы, выделенные жирным шрифтом, содержат фрагменты потенциального плагиата, то есть превышающие лимит в длине коэффициента подобия № 2

№	Название (Название базы данных)	Автор	Количество одинаковых слов (количество фрагментов)	Удалить отмеченное
1	Технология организации облачных вычислений Azerbaijan Technical University (ATU) (Informasiya texnologiyaları və programlaşdırma)	Zeynalova Nermine liqar q	16 (3)	

Документы, выделенные жирным шрифтом, содержат фрагменты потенциального плагиата, то есть превышающие лимит в длине коэффициента подобия № 2

№	Источник гиперссылки	Количество одинаковых слов (количество фрагментов)	Удалить отмеченное
1	URL_ https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics	410 (4)	
2	URL_ https://sites.help.adfox.ru/page/29/	36 (1)	
3	URL_ http://www.deplanken.be/gastenboek	23 (4)	
4	URL_ http://euro.polpred.com/news/?kw=146&person_id=all&page=5	5 (1)	

АНДАТПА

Бұл дипломдық жұмыс контекстік жарнаманы және интернет маркетингін насихаттайтын компанияның сайтына арналған. Мұндай қызметтерді ұсынатын көптеген компаниялар бар.

Интернеттегі маркетингтің танымалдығы интернет желісіндегі жарнаманы нақты аудитория үшін реттеуге болатындығына байланысты. Яғни жарнамаланған өнімді мақсатты аудиторияға көрсете аласыз.

Ұсынылған сайт интернеттегі жарнамамен айналысатын компанияның сайты. Сайт html - «Hypertext Markup Language» және css - каскадты стильдер парақтарын пайдалана отырып жасалды. Интернеттегі жарнама үшін көптеген құралдар бар. Дипломдық жұмыста мына құралдар пайдаланылды: Google Ads, Yandex.Direct, DFP (DoubleClick for Publisher), AdFox, Mopub, Viewst.

АННОТАЦИЯ

Данная дипломная работа посвящена разработке сайта для компании по продвижению контекстной рекламы и интернет маркетинга. Существуют большое количество компаний, которые предоставляют такие услуги.

Популярность интернет маркетинга обусловлена тем что, рекламу в интернете можно настроить под определенную аудиторию. То есть можно показывать рекламируемый продукт для ее целевой аудитории.

Предложенный сайт является, сайтом компании которая занимается рекламой в интернете. Разработка сайта осуществлена при помощи html - «язык гипертекстовой разметки» и css - каскадные таблицы стилей. Существуют большое количество инструментов для рекламы в интернете. В данной дипломной работе использованы следующие инструменты: Google Ads, Яндекс.Директ, DFP (DoubleClick for Publisher), AdFox, Mopub, Viewst.

THE SUMMARY

This thesis is devoted to the development of a site for a company promoting contextual advertising and internet marketing. Many companies provide such services.

The popularity of Internet marketing is due to the fact that advertising on the Internet can be customized for a specific audience. That is, you can show the advertised product to its target audience.

The proposed site is the site of the company that is engaged in advertising on the Internet. The site was developed using html - “Hypertext Markup Language” and css - cascading style sheets. There are a large number of tools for advertising on the Internet. The following tools were used in this thesis: Google Ads, Yandex.Direct, DFP (DoubleClick for Publisher), AdFox, Mopub, Viewst.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	12
1 Обзор и анализ существующих компаний по интернет рекламе	13
1.1 Характеристики интернет маркетинга и контекстной рекламы	13
1.2 Особенности и возможности инструментов интернет-маркетинга.....	14
1.3 Анализ существующих сайтов и компаний по контекстной рекламе.....	15
1.4 Использование облачных платформ в обработке запросов	17
1.5 Постановка задачи	19
2 Разработка сайта для компании ТОО «Power Media»	20
2.1 Требования к web-сайту	20
2.2 Структура и содержание web-сайта.....	21
2.3 Алгоритм работы web-сайта.....	23
2.4 Разработка telegram-bot	23
2.5 Учет экономической части	25
3 Настройки рекламных кампании в инструментах интернет рекламы.....	27
3.1 Настройка рекламных кампании в Google Ads.....	27
3.2 Настройка рекламных кампании в Яндекс.Директ	28
3.2 Настройка рекламных кампании в DFP (DoubleClick for Publisher)	29
3.3 Настройка рекламных кампании в AdFox.....	32
3.4 Получение отчета с Google Analytics.....	33
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	35
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	36
Приложение А	37
Приложение Б	39
Приложение В.....	50

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день существует большое количество компаний, которые предоставляют какие-либо услуги. Индивидуальные предприниматели или владельцы ТОО, все они нуждаются в рекламе. Всем требуется продвижение услуг компании и увеличение числа клиентов. Тем самым увеличивать прибыль. Успешность бизнеса, на сегодняшний день, во многом зависит и от рекламы. В связи с этим существует большое количество маркетинговых решений. Одним из самых эффективных является реклама в интернете, то есть интернет маркетинг.

Суть рекламы в интернете заключается в том, что рекламируемый продукт будет показываться только нужной целевой аудитории. То есть при помощи специализированных инструментов есть возможность настроить рекламную кампанию для определённых людей. Интернет маркетинг с каждым днем ставится все актуальнее и важнее. При помощи рекламы в интернете есть возможность увеличить свои продажи и привлечь новых клиентов. Плюсом рекламы в интернете является также тот факт, что оплата производится только за результат (конверсию). То есть если было реальное привлечение клиента.

Если говорить про инструменты интернет маркетинга то, можно отметить следующие: Google Ads, Яндекс.Директ, Double Click а также реклама в социальной сети Instagram через инструменты Facebook. Используя инструменты контекстной рекламы (Google Ads, Яндекс.Директ) есть возможность настроить рекламную кампанию в поисковых сетях Google и Яндекс. Сделать так чтобы рекламируемый сайт появлялся первым в списке после запроса в поисковых системах. Можно настроить баннерную рекламу в GDN (Google Display Network) и РСЯ (Рекламная сеть Яндекс). При помощи данных инструментов можно настроить ремаркетинг, а именно преследование клиентов из целевой аудитории.

В данной работе разработан сайт компании, которая занимается рекламой в интернете. Предоставляет услуги при помощи инструментов, отмеченных выше. Сайт разработан при помощи html - «язык гипертекстовой разметки» и css – «каскадные таблицы стилей». Произведена покупка домена и хостинга для сайта.

Данная работа состоит из трех глав.

В первой главе проведен обзор и анализ существующих компаний по продвижению рекламы в интернете.

Во второй главе идет разработка сайта и настройка его хостинга и домена.

В третьей главе приведены непосредственно примеры настройки рекламных кампании при помощи инструментов Google Ads и Яндекс.Директ. Работа с системами отслеживания, за рекламными кампаниями и за сайтом, такие как Google Analytics и Яндекс.Метрика. Для отслеживания используется специальный скрипт, который вшивается непосредственно в коды самого сайта. Данные системы позволяют отслеживать за сайтом в режиме реального времени

1 Обзор и анализ существующих компаний по интернет рекламе

1.1 Характеристики интернет маркетинга и контекстной рекламы

Интернет маркетинг – это действия, направленные на продвижение товаров и услуг в интернете. Целью данного продвижения является превращение посетителей сайта в покупателей и в увеличении прибыли.

Контекстная реклама – это рекламные объявления, которые показываются в поисковых системах, а также в рекламных блоках на сайтах партнеров в соответствии с таргетингами, то есть с интересами пользователей и содержанием страниц.

В интернет маркетинге используются следующие ключевые слова.

CPM (Cost per mille – стоимость рекламы за 1000 показов). Это цена которую платит рекламодатель серверу контекстной рекламы за 1000 показов объявления.

CPC (Cost per click – это цена клика). Это цена которую платит рекламодатель серверу контекстной рекламы за клик по объявлению. То есть учет производится только в случае, когда потенциальный клиент кликает по объявлению.

CPA (Cost per action – цена за действие). Эта цена которую платит рекламодатель серверу контекстной рекламы только за определённые действия. Действия могут быть регистрация, совершение звонка и т.д.

CPV (Cost per view – цена за просмотр рекламного ролика). Это цена которую платит рекламодатель серверу контекстной рекламы за просмотр рекламного ролика.

GDN (Google display network – контекстно- медийная сеть Google). Это сайты партнеры сервера Google Ads, на которых производится размещения в основном баннерной рекламы. КМС насчитывает более 2млн. сайтов, которые охватывают 90% интернета.

РСЯ (Рекламная сеть Яндекс). Это сайты партнеры сервера Яндекс.Директ, на которых производится размещения в основном баннерной рекламы. РСЯ включает более 10 тысяч сайтов, в основном расположенных на территории РФ.

В интернет маркетинге есть 3 важных преимущества, в отличий от традиционного маркетинга:

- интеркативность;
- таргетирование;
- веб-аналитика.

Рассмотрим каждое преимущество.

Интерактивность заключается в том, что в интернете можно напрямую взаимодействовать со своей целевой аудиторией, поддерживать связь с клиентами и контролировать ситуацию.

Таргетирование это механизм который, позволяет выделить из всего имеющегося трафика (аудитории), выделить именно целевую аудиторию для рекламного продукта и показывать именно ей.

Веб-аналитика — это механизм который, позволяет понять какие действия оказались эффективными и привлекли на сайт еще больше посетителей, которые потом конвертировались в покупки.

1.2 Особенности и возможности инструментов интернет-маркетинга

Для проведения рекламной кампании в интернете используются специальные инструменты, которые разработаны крупными международными компаниями.

В моей дипломной работе используются следующие инструменты: Google Ads, Яндекс.Директ, DFP (DoubleClick for Publisher), Google Analytics. Рассмотрим особенности каждого инструмента.

Google Ads – это сервис по контекстной рекламе, разработанная компанией Google. В данном инструменте в основном настраиваются поисковые рекламы. Но также можно настроить рекламы для контекстно-медийной сети и рекламу для видео хостинга YouTube.com.

Google Ads был разработан в 2003г. и изначально назывался «контент-таркетингом», позже был переименован в Google AdSense. После обновления системы ее переименовали в Google AdWords. Но с каждым годом устанавливаются все новые обновления и на сегодняшний день носит название Google Ads. С каждым обновлением в системе появляются новые возможности, по таргету и настройке рекламных кампании.

Яндекс.Директ – это рекламный инструмент, разработанный компанией Яндекс. При помощи данного инструмента размещается контекстная реклама на поисковике Яндекса и на сайтах партнерах. Данный инструмент популярен и востребован в странах СНГ и в России.

Яндекс.Директ также обладает большим количеством возможностей по таргету и настройкам рекламной кампании. Яндекс.Директ появился в рынке интернет-маркетинга в 2001г. И был первым на тот момент инструментом по поисковой рекламе в русскоязычном интернете.

Оба инструмента имеют схожую структура настройки рекламных кампании. Для этого создается кампания в которую добавляются объявления. Оба этих инструмента имеют возможность таргета по ключевым словам, по интересам и по темам. Есть возможность также таргета на географию, пол и возраст человека.

Благодаря таким широким возможностям таргета ваша реклама будет показываться только для вашей целевой аудитории.

DFP (DoubleClick for Publisher) – это инструмент для издателей сайтов, которая помогает управлять рекламой на своих сайтах. DFP используется для прямого размещения рекламы. То есть если два инструмента отмеченных ранее настраивают контекстную рекламу, то DFP используют для настройки рекламных кампании прямого размещения.

DFP был разработан в 1996г. двумя американскими бизнесменами и был пионером в интернет рекламы в начале 2000-х. Но позже, в 2007г. кампания была

выкуплена корпорацией Google. И на сегодняшний день данный инструмент принадлежит Google.

В настройках DFP также есть возможности таргетинга. Для того чтобы пользоваться данным сервисом, издатель сайта должен вшить определенный код в свой сайт.

1.3 Анализ существующих сайтов и компаний по контекстной рекламе

На сегодняшний день существуют большое количество компании, которые предоставляют услуги интернет маркетинга.

Давайте рассмотрим самые популярные из них:

- TDs Media;
- i-marketing;
- Продвижение kz.

TDs Media – это крупнейшее digital-агентство в Казахстане и Центральной Азии. Компания предоставляет услуги по контекстной рекламе и рекламе в социальных сетях.

Компания входит в ТОП 10 крупнейших агентств СНГ. Работают сертифицированные специалисты Google и Яндекс. Также компания в своем распоряжении имеет 1 из 7 людей которые обладают сертификатом Facebook в СНГ.

i-marketing – это компания которая занимается продвижением сайтов в Казахстане. Компания предоставляет услуги в интернет-маркетинге более 10 лет. Имеют большое количество успешных проектов. В распоряжении компании сертифицированные специалисты Google и Яндекс.

Компания предоставляет также услуги по SEO оптимизации, SMM, по технической поддержке вашего сайта 24/7. Настраивают рекламу в видео платформу YouTube.

Продвижение kz – это рекламное агенство интернет рекламы. Предоставляют услуги по повышению бренда и узнаваемости рекламного продукта. Гарантированно увеличат количество ваших клиентов. Работают с крупными компаниями, интернет-магазинами и государственными учреждениями.

На рисунке 1.1 показан пример контекстной рекламы в поисковых системах Google, Яндекс. После запуска рекламной кампании в инструментах Google и Яндекс ваша реклама будет показываться в первых списках сайтов после запроса пользователя. То есть пользователь вводит ключевое слово, которое он ищет и при правильном подборе ключевых слов для вашей рекламной кампании, ваша реклама покажется первой.

Для отслеживания конверсий по рекламной кампании запущенная через Яндекс.Директ используют Яндекс.Метрику. Это инструмент при помощи которого вшивают определенный код на код сайта и отслеживают за посетителями сайта.

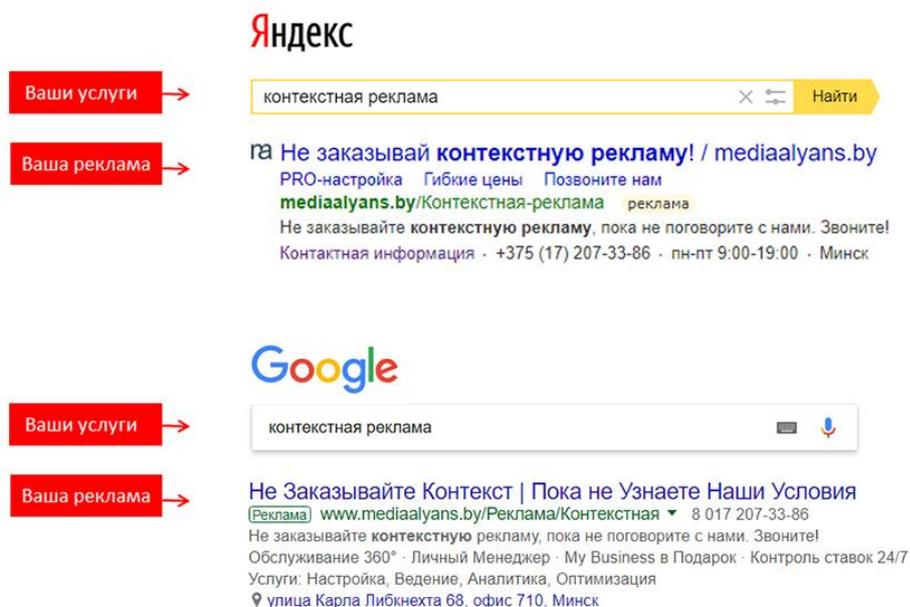


Рисунок 1.1 – Пример контекстной рекламы в поисковых системах Google и Яндекс

На рисунке 1.2 показан рекламы в видео хостинге YouTube. Рекламную кампанию для YouTube можно настроить по интересам или темам которыми интересуются ваши потенциальные клиенты. Также для рекламы в YouTube можно выбрать определеннные каналы, в которых будут показываться ваша реклама.

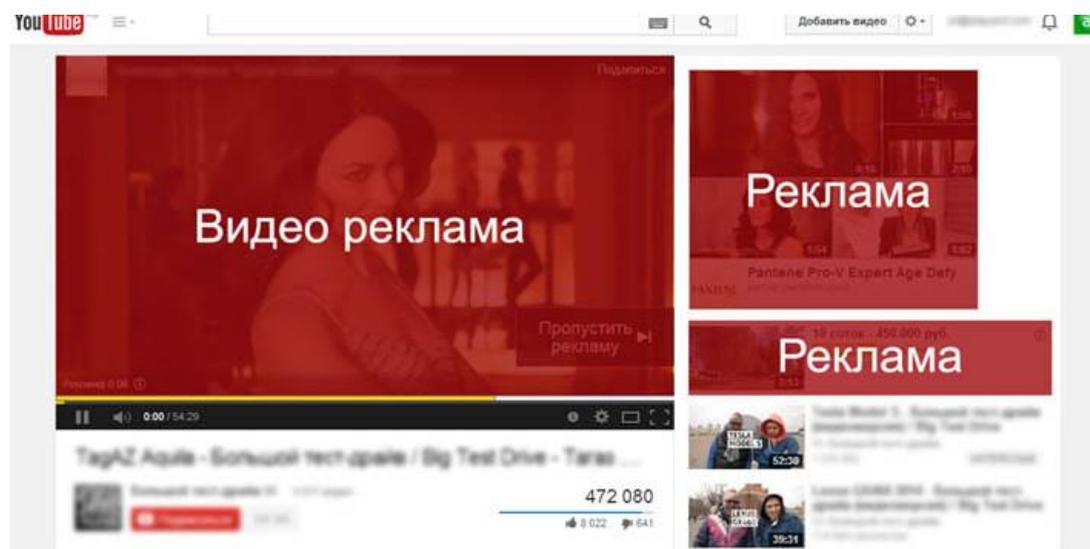


Рисунок 1.2 – Пример рекламы в видео хостинге YouTube

На рисунке 1.3 показан пример рекламы в контекстно-медийной сети Google и рекламной сети Яндекс. Данные рекламные кампании можно настраивать также по интересам и по тематическим сайтам. Что бы ваша реклама показывалась только на определенных сайтах, с определённой тематикой.

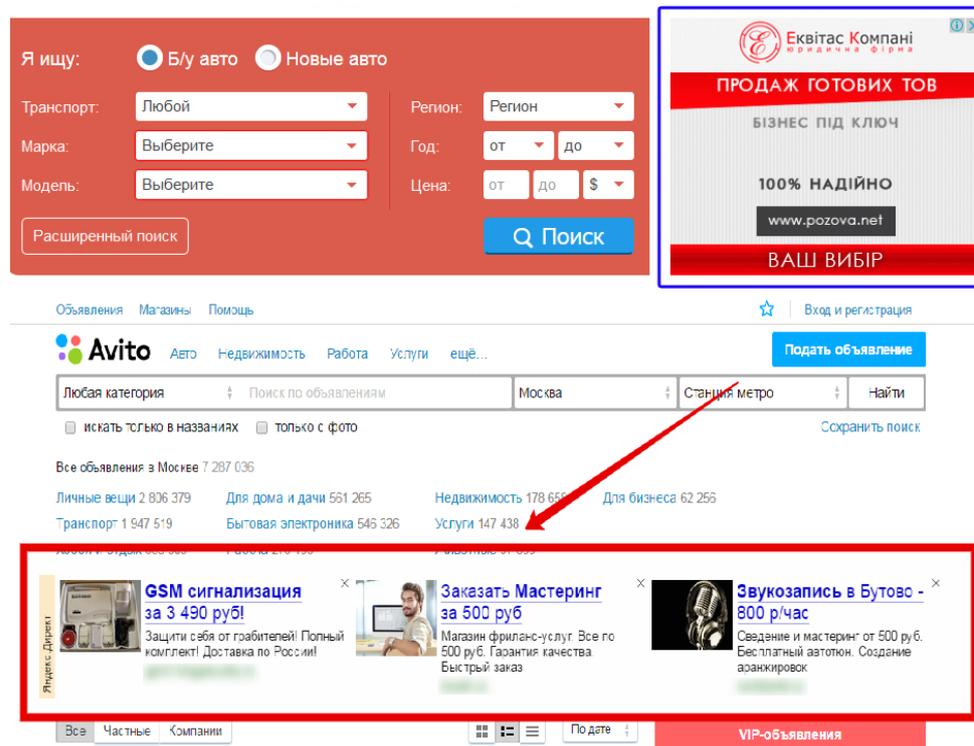


Рисунок 1.3 – Пример рекламы в КМС и РСЯ

1.4 Использование облачных платформ в обработке запросов

На рынке сегодня существует множество платформ для организации облачных вычислений. Существуют как проприетарные (коммерческие), так и открытые (свободные). На основе открытых платформ, таких как OpenStack, Cloud Foundry многие компании создают свои инфраструктуры и предлагают средства для их управления, в частности, предоставляют комплексы для превращения имеющихся ресурсов в облака.

С понятием облачных вычислений часто связывают такие сервис-предоставляющие (Everything as a service) технологии, как [3]:

- "Инфраструктура как сервис" ("Infrastructure as a Service" или "IaaS")
- "Платформа как сервис" ("Platform as a Service", "PaaS")
- "Программное обеспечение как сервис" ("Software as a Service" или "SaaS").

В моей дипломной работе использовался сервер Telegram, для предоставления информации о компании клиентам и обработки их запросов. Telegram — это кроссплатформенный мессенджер, позволяющий обмениваться сообщениями и медиа файлами многих форматов.

Telegram работает на базе "PaaS", предоставляя платформу как сервер. Все медиа файлы хранятся в облаке, которым можно получить доступ в любое время.

Вся функциональность в Telegram разделена на вкладки. Каждая вкладка оформляется в виде чата. В Telegram есть 5 видов таких чатов:

- диалоги;

- группы;
- сохранённые сообщения;
- каналы;
- чаты с ботами.

В моей работе использовался чаты с ботами. Был разработан бот, который предоставляет информацию о компании, о прайсе на услуги и контактные данные компании. На рисунке 1.4 представлен телеграм бот компании Power Media.

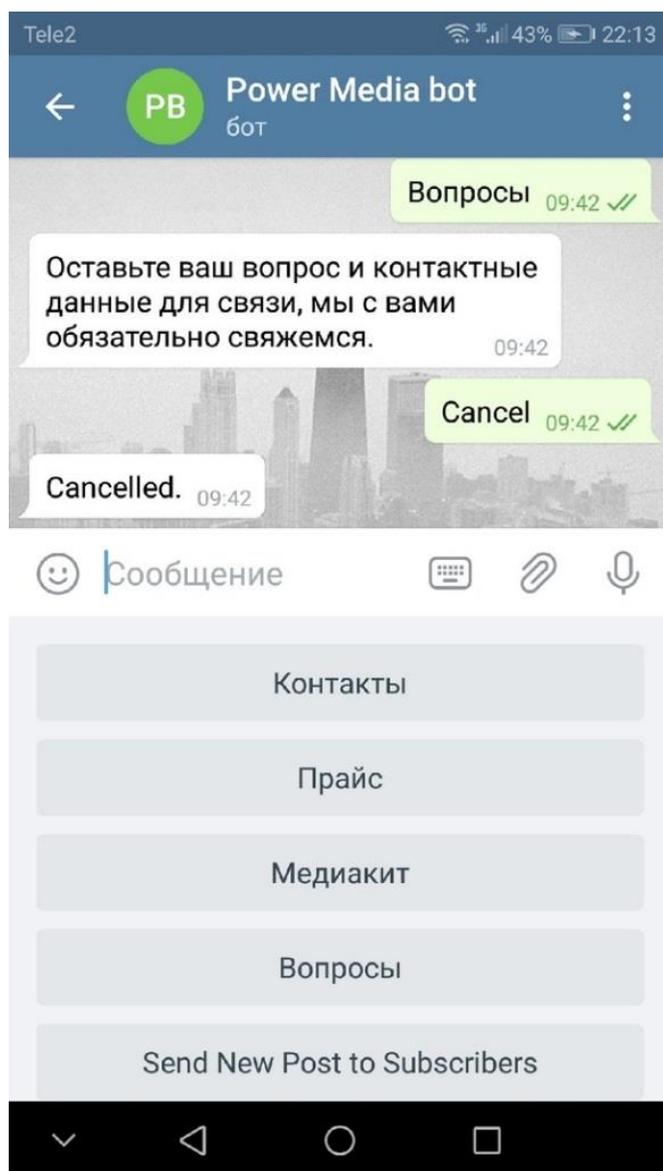


Рисунок 1.4 – Телеграм бот компании Power Media

На сегодняшний день телеграм набирает большую популярность, по данным исследовательской компании Mediascope ежемесячная аудитория мобильного приложения Telegram в октябре 2018 года приблизилась к 9,3 млн человек. Также при помощи данного бота есть возможность проводить рассылку о важных новостях или изменениях в компании. Что бы все клиенты были в курсе

всех нововведений в компании. На рисунке 1.5 показана схема прироста пользователей телеграм с августа 2013 по март 2018.

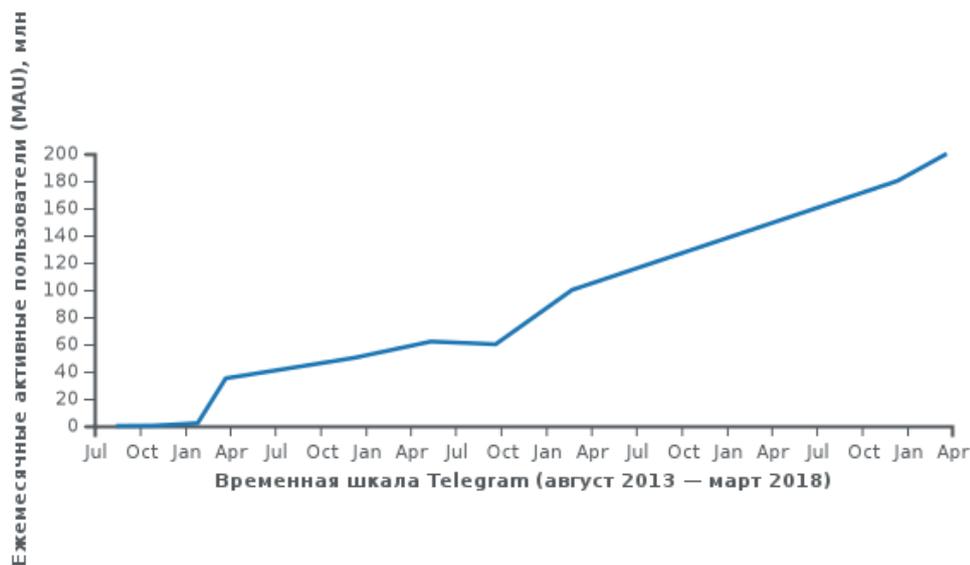


Рисунок 1.5 – Схема прироста пользователей телеграм

1.5 Постановка задачи

В дипломной работе основными задачами исследования являются следующие задачи.

Целью дипломной работы является разработка сайта для компании которая предоставляет услуги в интернет маркетинге.

Актуальность данной дипломной работы связана с популярностью на сегодняшний день рекламы в интернете. Которая набирает все большие и большое обороты с каждым днем. Был разработан сайт для компании ТОО «Power Media», которая представляет из себя рекламное агентство полного цикла. Но в моей дипломной работе сделан упор на сферу рекламы в интернете.

Требования к разрабатываемой информационной системе:

- сайт должен быть понятным для простого пользователя;
- на сайте должна быть подлинная информация о компании ТОО «Power Media»;
- telegram бот должен работать корректно и предоставлять всю нужную информацию;
- telegram бот должен принимать заявки оставленные клиентами;
- сайт должен иметь индивидуальный дизайн;
- сайт должен принимать заявки от клиентов.

2 Разработка сайта для компании ТОО «Power Media»

2.1 Требования к web-сайту

Компания ТОО «Power Media» - это агентство полного цикла группы компаний Genesis с фокусом на интернет-рекламу. Основной проект в Казахстане IT-компания NUR.KZ, с посещаемостью 11 млн в месяц.

Разрабатываемый сайт для этой компании должен предоставлять клиенту всю подлинную информацию о компании и его услугах. На сайте должна быть информация об отделах который предоставляют услуги в сфере интернет рекламы. Сайт должен содержать контактную информацию для клиентов. Чтобы клиент мог позвонить или написать в нужный отдел.

На рисунке 2.1 представлена организационная структура компании ТОО «Power Media».

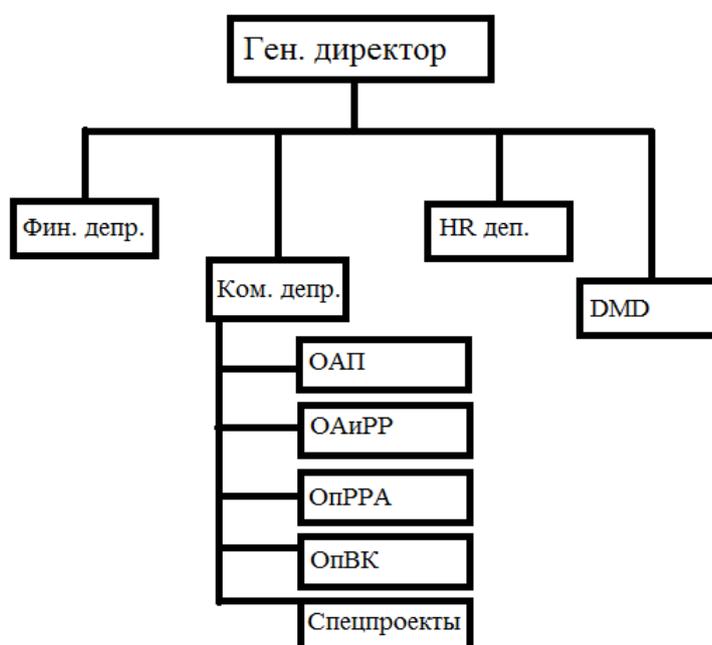


Рисунок 2.1 – Организационная структура компании ТОО «Power Media»

Рассмотрим каждый департамент в отдельности.

Комерческий департамент – это департамент который оказывает услуги коммерческим клиентам. В коммерческий департамент входит несколько отделов. Это ОАП (Отдел активных продаж), ОАиРР (Отдел аналитики и размещения рекламы), ОпРРА (Отдел по работе с рекламными агенствами), ОПВК (Отдел по работе со входящими клиентами) и Спецпроекты.

ОАП – это отдел в котором сосредоточены, менеджеры по продажам. В данном отделе менеджеры продают услуги медийной рекламы на портале NUR.KZ или услуги по контекстной рекламе.

ОАиРР – это отдел в котором специалисты производят размещения медичной рекламы на портале NUR.KZ. Проводят аналитику рекламных кампаний, публикуют коммерческие статьи.

ОПРА – это отдел который работает напрямую с другими рекламными агентствами. Предоставляя определенные условия для каждого рекламного агентства.

ОПК – это отдел по работе с входящими клиентами. В данном отделе клиенты работают только на условии предоплаты. Только после предоплаты со стороны клиента, отдел берется за работу по данной рекламе.

Спецпроекты – это отдел, в котором для клиентов разрабатывается личный спецпроект. Создается лендинг и используются максимально эффективные инструменты интернет рекламы.

Финансовый департамент – состоит из директора департамента и включает в себя бухгалтерию. Бухгалтерия в свою очередь обрабатывает все запросы на закрывающие документы и на все вопросы, связанные с финансами внутри компании.

HR департамент – это департамент по подбору персонала на работу. Проводят собеседования и подбирают лучших кандидатов на ту или иную должность.

DMD – это digital marketing department, то есть департамент по оказанию услуг по контекстной рекламе. Настройка рекламных кампаний Google и Яндекс. Продвижение в КМС и РСЯ. Также департамент настраивает рекламу на площадке YouTube.

2.2 Структура и содержание web-сайта

Сайт разработан при помощи языков html и css, которые предназначены для верстки сайтов. Верстка – это размещение элементов сайта по нужным местам. Также использован язык javascript, который нужен для того чтобы добавить функционала для сайта. В моей работе javascript использован для воспроизведения слайдера на главной странице.

Язык html - это основа web сайтов, с его помощью создается каркас страницы, которую вы видите в браузере. Заголовки, абзацы и другие блоки можно выделить и на странице сайта. Это делается с помощью html тегов.

Html теги - это специальные команды для браузера. Они говорят ему, что, к примеру, следует считать заголовком страницы, а что абзацем. Теги строятся по такому принципу: <имя тега>. Имя тега может состоять из английских букв и цифр. Примеры тегов: <h1>, <p>, .

Теги обычно пишутся парами - открывающий тег и соответствующий ему закрывающий. Разница между открывающим и закрывающим тегами в том, что в закрывающем теге после уголка < стоит слеш /.

К примеру, <p> - так я открыл тег p, а так - </p> - я его закрыл. Все, что попадает между открывающим и закрывающим тегами, подпадает под воздействие нашего тега.

Бывают теги, которые не нужно закрывать, например, `
` или ``. В тегах также могут размещаться атрибуты - специальные команды, которые расширяют действие тега. Атрибуты размещаются внутри открывающего тега в таком формате: `<тег атрибут1="значение" атрибут2="значение">`.

Язык CSS расширяет возможности языка HTML. Он позволяет менять цвета, шрифты, фон, в общем заниматься красотой сайта. А html, соответственно, отвечает за структуру сайта.

Страница сайта - это обычный текстовый файл с расширением .html. Внутри этого файла и хранится текст html страницы вместе с тегами. Этот файл обязательно должен иметь следующие теги: тег `<html>`, который должен содержать в себе текст всего сайта, а внутри него должны быть еще два тега: тег `<head>` для служебного содержимого страницы и тег `<body>` - для основного текста, который и виден на экране браузера.

В моей дипломной работе 4 страниц сайта. Это страница «Главная», «Услуги», «О нас» и «Контакты». То есть у меня 4 текстовых файла с расширением .html. Также создано 6 файлов типа css, в которых идет настройки дизайна сайта.

Html теги которые были использованы мной.

- `<body>`;
- `<div>`;
- `<footer>`;
- `<head>`;
- `<html>`;
- ``;
- `<meta>`;
- `<script>`;
- `<source>`;
- `<style>`;
- ``;
- `<section>`;
- `
`;
- `<h1-h6>`;
- `<header>`;
- `<nav>`;
- `<aside>`;
- `<title>`.

Использование языка javascript позволило мне создать красивый слайдер (сделать меняющиеся картинки). На рисунке 2.2 представлен слайдер, который стоит на главной странице сайте.

Для разработки слайдера был создан отдельный файл в котором был прописан код языка javascript.

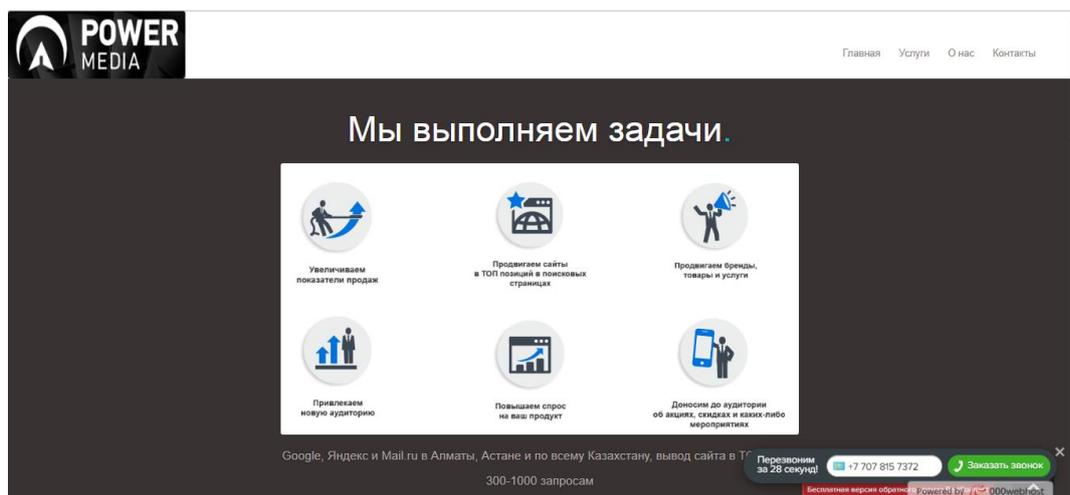


Рисунок 2.2 – Слайдер на главной странице сайта ТОО «Power Media»

2.3 Алгоритм работы web-сайта

Данный сайт я разработал для того, чтобы клиент могут получить всю интересующую его информацию о компании. На рисунке 2.3 представлен алгоритм взаимодействия клиента с компанией при помощи сайта.

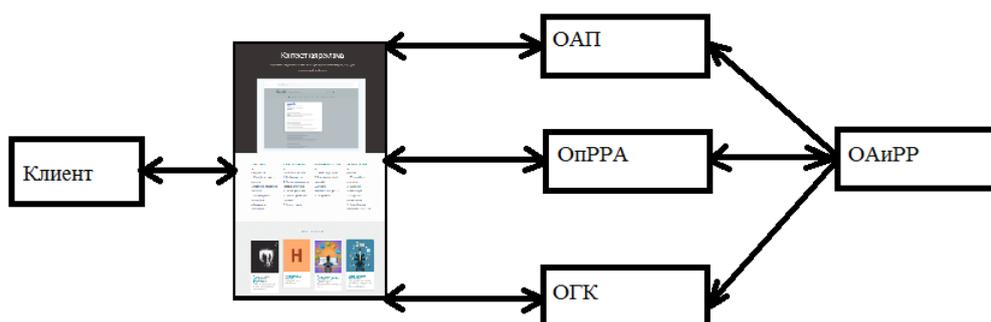


Рисунок 2.3 – Алгоритм взаимодействия клиента с компанией ТОО «Power Media» при помощи сайта

2.4 Разработка telegram-bot

Для улучшения взаимодействия с клиентом, я разработал телеграм бота. Боты в Telegram — это разновидность чат-ботов. По правилам все их имена должны оканчиваться словом «bot». По своей сути – это те же пользовательские аккаунты, которыми вместо людей управляют программы.

Они помогают выполнять разные действия: переводить и комментировать, обучать и тестировать, искать и находить, спрашивать и отвечать, играть и развлекать, транслировать и агрегировать, встраиваться в другие сервисы и платформы, взаимодействовать с датчиками и вещами, подключенными к интернету. Ботов Telegram можно «Добавить в группу» (Add To Group), или ими

«Поделиться» (Share). И это далеко не все возможности, которые представляет платформа для их создания.

Боты – это маленькие умные помощники.

Их прелесть в том, что вам не нужно покидать экосистему мессенджера, чтобы решить элементарную задачу: спросить, уточнить, узнать, посчитать. Каждый бот сам по себе, но вместе они образуют вашу личную армию ассистентов, каждому из которых вы даёте поручение, а они безропотно и четко выполняют ваши пожелания.

Чтобы создать бота — я написал @BotFather (это такой бот, которые умеет создавать и настраивать другие боты):

- отправив команду /newbot — так я сообщил @BotFather, что нам нужен новый бот;

- теперь @BotFather попросит меня дать имя новому боту. Это имя будут видеть наши будущие пользователи, поэтому название нужно давать понятное и простое;

- последним шагом укажем для бота username, в конце которого нужно обязательно написать “bot”;

- если имя не занято, получаем сообщение с подтверждением и токен доступа.

И в дальнейшем уже в мессенджере телеграма можно будет настраивать своего бота. Мой бот настроен чтобы предоставлять информацию клиентам о прайсе, контактах, медиакита и принимает вопросы от клиентов. На рисунке 2.4 представлена переписка с @BotFather при настройке бота компании Power Media.

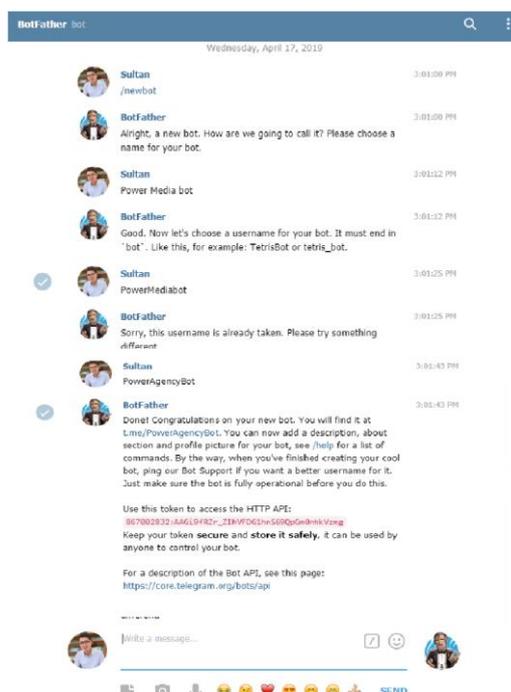


Рисунок 2.4 – Настройка бота через @BotFather

2.5 Учет экономической части

Интернет реклама на сегодняшний день очень востребована и хорошо оплачиваема. И многие агентства, и компании используют свои методики учета экономической части своего бизнеса.

Для учета экономической части компании ТОО «Power Media» используются облачные технологии Google. В облаке на данный момент создан специальный отчет, в котором фиксируются все размещения. Если размещение было через нас на площадке партнера, то также в данном отчете учитывается доход с клиента и сумма, которую мы должны заплатить площадке партнеру.

Google Cloud Platform — предоставляемый компанией Google набор облачных служб, которые выполняются на той же самой инфраструктуре, которую Google использует для своих продуктов, предназначенных для конечных потребителей, таких как Google Search и YouTube. Кроме инструментов для управления, также предоставляется ряд модульных облачных служб, таких как облачные вычисления, хранение данных, анализ данных и машинное обучение.

На рисунке 2.5 представлен скрин отчета с облака Google. В данном отчете заполняются все нужные вкладки, для правильного учета.

ID	Менеджер	Тип клиента	Наименование заказчика / менеджер	Клиент	Бренд	МП	Площадка	Раздел	Формат	Объем записи
1048	1047	Дилара				21 апреля	nur.kz	Общество	статья без *	1
1049	1048	Дилара			то развития	21 апреля	nur.kz	Пресс-релизы	статья без *	1
1050	1049	Дилара				21 апреля	nur.kz	Общество	статья без *	1
1051	1050	Дилара				21 апреля	nur.kz	Қоғам	статья без *	1
1052	1051	Дилара				22 апреля	nur.kz	Общество	статья без *	1
1053	1052	Дилара				22 апреля	nur.kz	Қоғам	статья без *	1
1054	1053	Дилара				22 апреля	nur.kz	Общество	статья без *	1
1055	1054	Сейтұлтан				19 апреля	nur.kz		пост instargam	1
1056	1055	Сейтұлтан				22 апреля	nur.kz	Кз и мира	статья без *	1
1057	1056	Дилара				22 апреля	nur.kz	Калейдоскоп	статья без *	1
1058	1057	Дилара				22 апреля	nur.kz	Калейдоскоп	статья без *	1
1059	1058	Сейтұлтан				22 апреля	nur.kz	Калейдоскоп	статья без *	1
1060	1059	Сейтұлтан				22 апреля	nur.kz	Пресс-релизы	статья без *	1
1061	1060	Сейтұлтан				23 апреля	nur.kz	Общество	статья без *	1
1062	1061	Сейтұлтан				23 апреля	nur.kz	Топ	статья без *	1
1063	1062	Сейтұлтан				23 апреля	nur.kz	Қоғам	статья без *	1
1064	1063	Сейтұлтан				23-30 апреля	nur.kz		240x400 / 300x250	800 000
1065	1064	Сейтұлтан				1-8 мая	nur.kz		240x400 / 300x250	600 000
1066	1065	Дилара				23 апреля	nur.kz	Қоғам	статья без *	1
1067	1066	Сейтұлтан				23 апреля	nur.kz	Кз и мира	статья без *	1
1068	1067	Дилара				23 апреля	nur.kz	Топ	статья без *	1
1069	1068	Сейтұлтан				24 апреля	nur.kz	Топ	статья без *	1
1070	1069	Дилара				23 апреля	nur.kz	Политика и Экономика	статья без *	1
1071										

Рисунок 2.5 – Скрин отчета экономической части на Google диске

По данному отчету в конце каждого месяца производится сверка, для учета доходов и расходов компании. Учетом в данном документе занимаются специалисты ОАиРР. Руководитель данного отдела в конце каждого месяца после сверки сдает финансовый отчет.

На сегодняшний день компания демонстрирует рост в финансовой части. При сравнении доходов компании на март 2019г. с мартом 2018г. то в 2019г. компания увеличила доход на 81%

Если говорить по денежному эквиваленту, то коммерческому департаменту за 1 квартал 2019г. удалось заработать 269 млн. тенге. Это чистая прибыль департамента с учетом всех расходов и затрат на внешние партнерские

сайты. Экономическая часть в каждой компании имеет очень важное место, а правильный ее учет еще важнее.

Все расходы должны быть документально подтверждены, экономически обоснованы, понесены налогоплательщиком при осуществлении деятельности, направленной на получение дохода, при этом фотоснимки проведения рекламной акции сами по себе не являются надлежащими доказательствами по делу и не подтверждают факт проведения рекламной акции.

Рекламодатели (изготовители или продавцы товара либо иные определившие объект рекламирования и (или) содержание рекламы лица) должны хранить рекламные материалы и их копии, экземпляры печатных изданий с размещенной в них рекламой, скриншоты интернет-страниц с рекламными баннерами, фотоотчеты по наружной рекламе, видео- и аудиозаписи рекламных роликов, эфирные справки по рекламе на телеканалах а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы в течение года — со дня, когда была распространена реклама или со дня окончания сроков действия таких договоров.

3 Настройки рекламных кампании в инструментах интернет рекламы

3.1 Настройка рекламных кампании в Google Ads

Для настройки рекламной кампании в инструменте Google Ads стоит придерживаться следующих правил.

В первую очередь рекламодателю необходимо создать аккаунт в GoogleAds, для чего достаточно указать адрес электронной почты и пароль, используемые для доступа к другим сервисам Google. При отсутствии таковых можно зарегистрировать аккаунт Ads на любой другой адрес электронной почты.

Затем рекламодателю предлагается выбрать целевую аудиторию (т.е. произвести таргетинг) путём выбора местоположения (страна, регион, город), языка потенциальных клиентов, а также демографических показателей (возраст и пол).

На третьем этапе необходимо указать бюджет рекламной кампании.

На четвёртом устанавливается цена за клик по рекламному сообщению. При выборе рекомендованного варианта «Автоматическое назначение ставок» указывается верхний предел цены за клик, к примеру, 10 руб., а система автоматически подбирает минимально необходимую цену за клик для показа рекламного объявления на лучшей в каждом конкретном случае позиции. При этом фактическая цена за переходы в большинстве случаев меньше максимальной цены и никогда её не превышает из группы, выявляя при этом наиболее эффективные.

Пятый этап посвящён созданию непосредственно рекламного объявления, для чего необходимо ввести 2 заголовка (по 30 символов каждый), кратко описать рекламируемый продукт в строке описания (90 символов) и указать адрес веб-страницы, на которую перейдет пользователь, нажавший на контекстное объявление. Внести изменения в текст объявления возможно в любой момент.

На шестом этапе рекламодателю предлагается выбрать ключевые слова, при использовании которых в поисковом запросе пользователя будет показано размещаемое объявление. Предлагаемый на этом этапе инструмент подсказки ключевых слов позволяет подобрать ключевые слова, проверить их популярность (количество запросов пользователей по ним) и узнать уровень конкуренции по данным словам среди рекламодателей.

Затем можно создать дополнительные варианты объявлений, из которых впоследствии Ads эмпирическим путём отберёт наиболее эффективные.

На заключительном этапе рекламодателю необходимо выбрать способ оплаты и ввести платежные данные. Среди способов оплаты имеются: банковский перевод, кредитные карты Visa и MasterCard, Webmoney, Яндекс.Деньги, причём Webmoney и Яндекс.Деньги доступны только для жителей России.

По завершении проверки объявления модератором производится оплата в соответствии с требованиями Google Ads, и интернет-реклама появляется в сети.

На рисунке 3.1 представлена основное меню настройки рекламных кампаний в Google Ads.

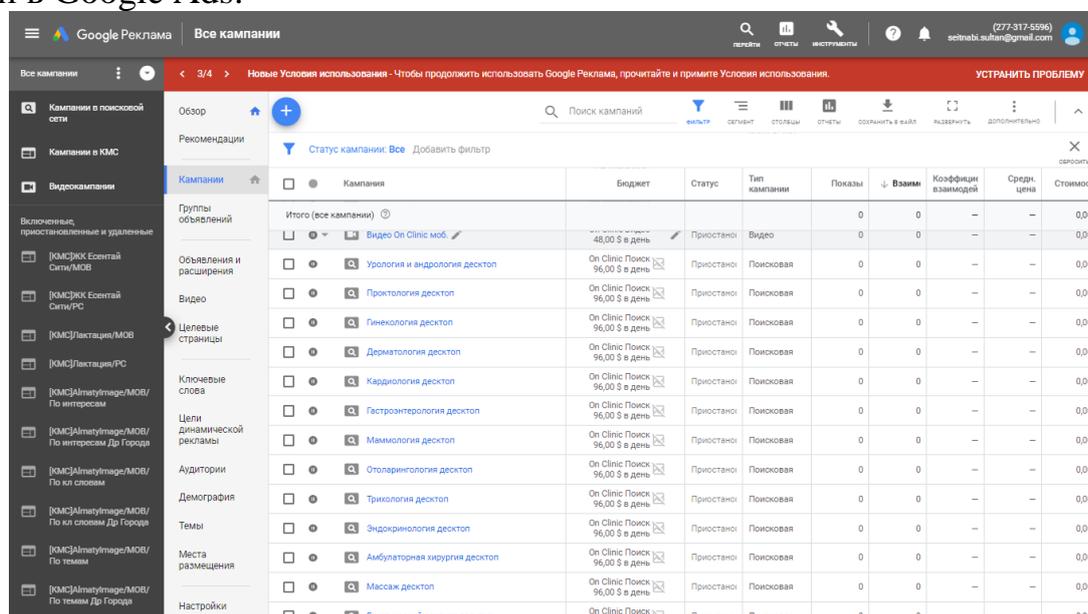


Рисунок 3.1 – Интерфейс инструмента Google Ads

3.2 Настройка рекламных кампаний в Яндекс.Директ

Для настройки рекламных кампаний Яндекс.Директ используются те же приемы что для Google Ads. Только в случае Яндекс.Директ интерфейс имеет другой вид. У обеих платформ одинаковая иерархия. А именно это кампания в которой имеются группы объявления, в них входят сами объявления (креативы).

Инструмент Яндекс.Директ был разработан компанией Яндекс, и появилась на рынке интернет рекламы с начала как инструмент для поисковой рекламы. И в 2001г. когда вышла была первым сервисом поисковой рекламы в русскоязычном интернете.

Яндекс.Директ предоставляет рекламодателям следующие возможности:

- самостоятельно оценивать пользовательский спрос на информацию. Открытая статистика поисковых запросов показывает, чем и как часто интересуются люди в интернете;
- самостоятельно выбрать запрос, по какому будет показано рекламное объявление;
- самостоятельно составить рекламный текст.
- самостоятельно выбрать страну и/или город, где живёт его потенциальный покупатель;
- самостоятельно управлять своей рекламой на страницах результатов поиска Яндекса.

На рисунке 3.2 представлен интерфейс инструмента Яндекс.Директ

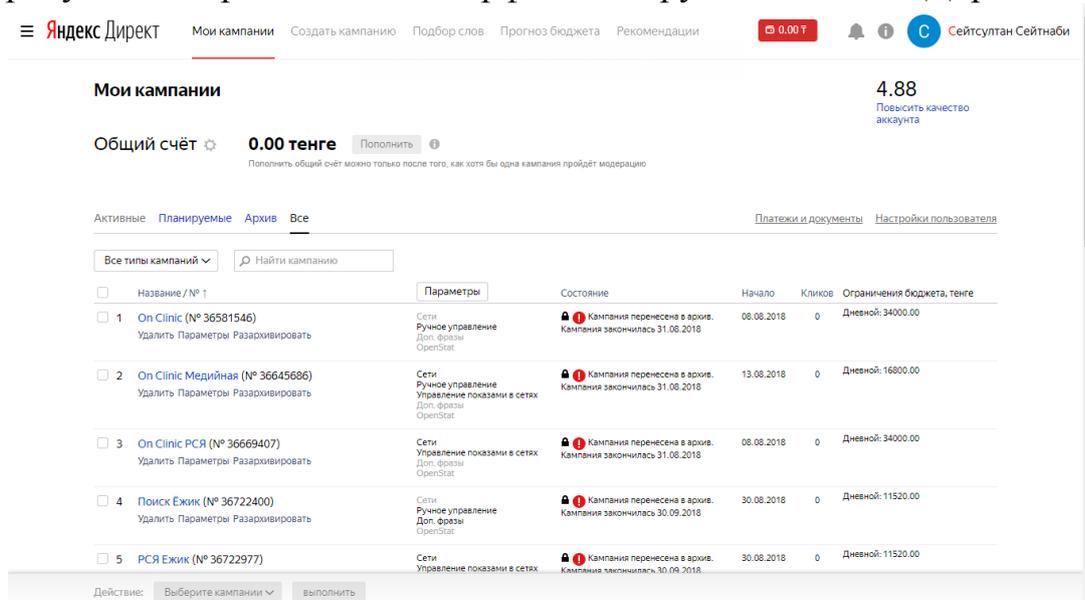


Рисунок 3.2 – Интерфейс инструмента Яндекс.Директ

3.2 Настройка рекламных кампаний в DFP (DoubleClick for Publisher)

DoubleClick for Publishers — это мощная система (платформа) в помощь издателям для управления рекламой на своих сайтах. Многие крупные сайты и порталы их уже успешно освоили, а вот у некоторых вебмастеров этот продукт, на мой взгляд, до сих пор вызывает какое-то недопонимание, сомнение в его полезности, чувство громоздкости и сложности в настройках.

Кампания ТОО «Power Media» имеет свой проект интернет портал NUR.KZ. И при помощи DFP на портале проводятся показы рекламных баннеров. Отличие размещений DFP от Яндекс.Директ и Google Ads то что, здесь размещения идут на прямую, а в случае с инструментами Google и Яндекс размещения идут через контекст.

На сегодняшний день на портале NUR.KZ ежемесячно бывает около 9 млн. уникальных пользователей. И благодаря цифрам по показам и аудитории, NUR.KZ может размещать рекламные баннера через DFP.

Специально для этого существуют определенные места на сайте, на которых будут располагаться рекламный баннер. Баннеры можно ставить в статитке и динамике.

На сегодняшний день существуют следующие виды баннеров:

- 300x250 – мобильный баннер, на рисунке 3.3 представлен данный баннер;
- 240x400 – баннер на ПК, на рисунке 3.4 представлен данный баннер;
- 728x200 – баннер на ПК, на рисунке 3.5 представлен данный баннер;
- 1000x90 – баннер на ПК, на рисунке 3.6 представлен данный баннер;
- 728x90 – баннер на ПК, на рисунке 3.7 представлен данный баннер;
- Floor Ad – баннер на ПК, на рисунке 3.8 представлен данный баннер;

- Floor Ad mob – мобильный баннер, на рисунке 3.8 представлен данный баннер;

- Profit Button – баннер на ПК и мобильный, на рисунке 3.9 представлен данный баннер;

- ТГБ в списке ТОП новостей – мобильный баннер, на рисунке 3.10 представлен данный баннер;

- Infeed – мобильный баннер, на рисунке 3.11 представлен данный баннер;

- Брендирование на главной странице Nur.kz – баннер на ПК, на рисунке 3.12 представлен данный баннер;

- Scroll-roll – Видео реклама на ПК и на мобильном устройстве, на рисунке 3.13 представлен данный баннер.



Рисунок 3.3 –Пример баннера 300x250



Рисунок 3.4 –Пример баннера 240x400

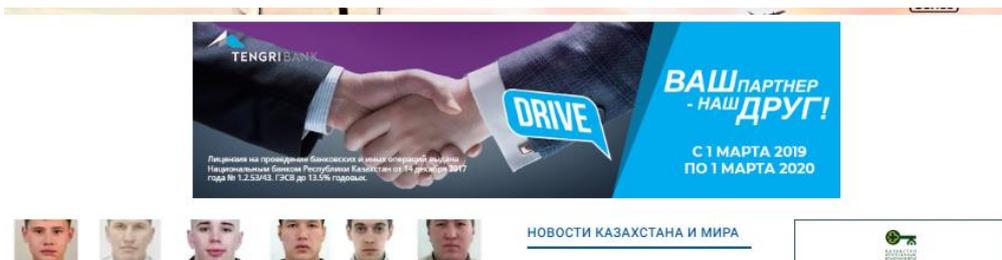


Рисунок 3.5 –Пример баннера 728x200



Рисунок 3.6 –Пример баннера 1000x90



Рисунок 3.7 –Пример баннера 728x90



Рисунок 3.8 –Пример баннера Floor Ad

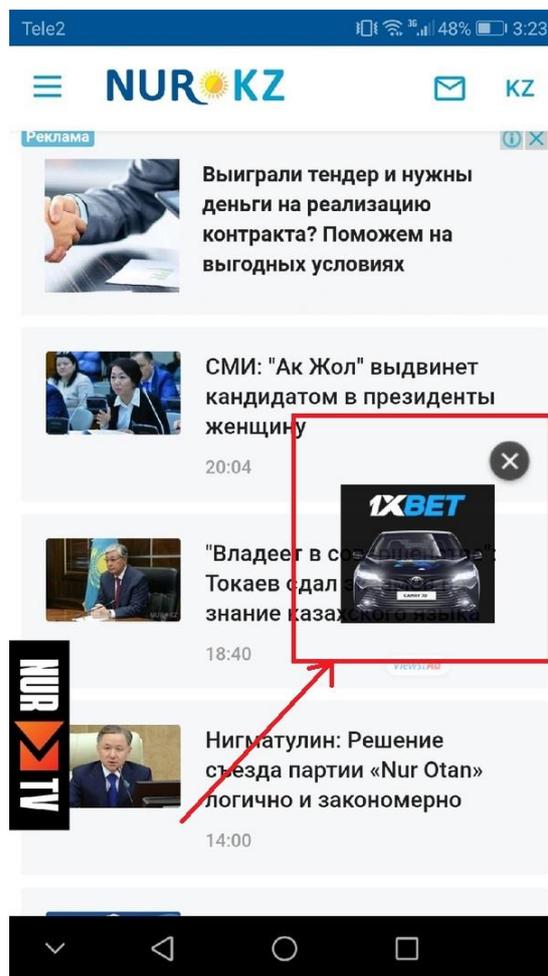


Рисунок 3.9 –Пример баннера Profit Button

3.3 Настройка рекламных кампаний в AdFox

AdFox – это инструмент управления интернет-рекламой для издателей сайта. Разработан компанией Яндекс. Она позволяет издателям и другим игрокам интернет-рынка, располагающим аудиторией, управлять показами рекламы на страницах своих сайтов, сервисов и мобильных приложений, собирать статистику и анализировать эффективность рекламных кампаний.

Начать работать с ADFOX очень легко:

- регистрация аккаунта в системе занимает несколько минут;
- встроенный механизм "мастер настроек" поможет в первичной настройке аккаунта;
- вы получаете коды для установки на сайт;
- загружаете баннеры и получаете по ним статистику.

На рисунке 3.14 показан рабочий интерфейс инструмента AdFox.

Иерархическая структура схожая с DoubleClick for Publisher. Также существуют кампании, в них имеются флайты, которые настраиваются на определенные даты. А также в каждом флайте настраивается требуемый баннер, который должен соответствовать размерам и весу. Если размеры или вес большой, то AdFox не допустит данный баннер.

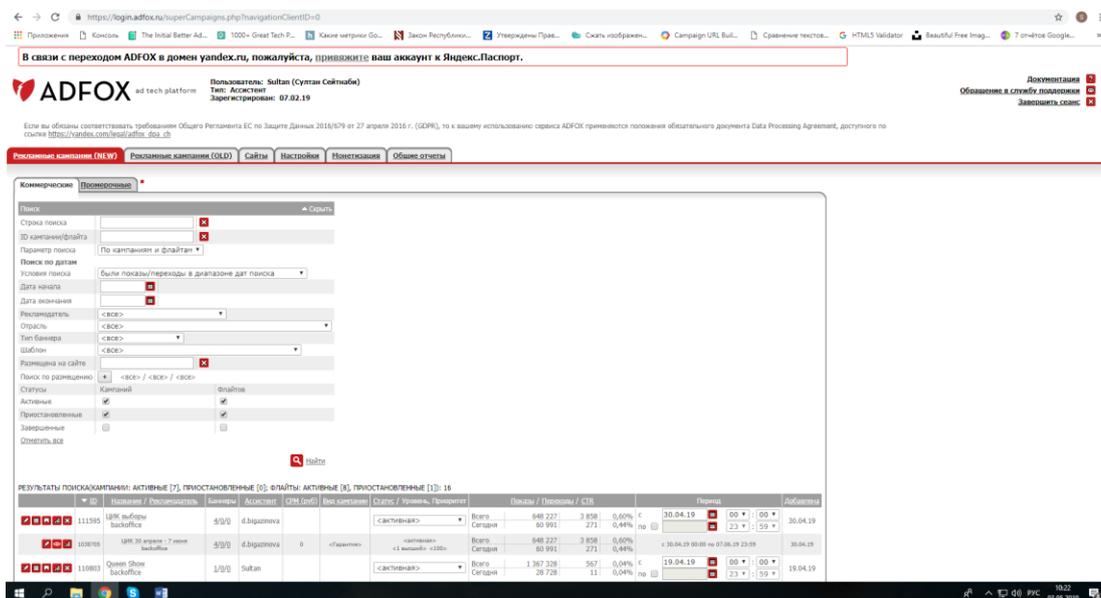


Рисунок 3.14 – Рабочий интерфейс инструмента Adfox

3.4 Получение отчета с Google Analytics

Google Analytics (сокращённо GA) — бесплатный сервис, предоставляемый Google для создания детальной статистики посетителей веб-сайтов. Статистика собирается на сервере Google, пользователь только размещает JS-код на страницах своего сайта.

Код отслеживания срабатывает, когда пользователь открывает страницу в своем веб-браузере (при условии разрешенного выполнения Javascript в браузере).

Бесплатная версия не гарантирует обработку более чем 10 миллионов просмотров страниц в месяц. Для подобных сайтов с сентября 2011 года предлагается использовать Google Analytics Premium (от 150 тыс. долларов США в год), который может обрабатывать до 1 миллиарда посещений.

Сервис интегрирован с Google AdWords. Особенностью сервиса является то, что вебмастер может оптимизировать рекламные и маркетинговые кампании Google AdWords при помощи анализа данных, полученных при помощи сервиса Google Analytics, о том откуда приходят посетители, как долго они остаются на сайте и где они находятся географически. Пользователи видят группы объявлений и отдачу от ключевых слов в отчётах. Также доступны дополнительные возможности включая разделение посетителей на группы. Пользователи сервиса могут определить цели и последовательности переходов. Целью может выступать страница завершения продаж, показ определённых страниц, или загрузка файлов.

Используя данный инструмент, маркетологи могут определять, какая из рекламных кампаний является успешной, и находить новые источники целевой аудитории.

Сервис Google является продолжением аналитической системы Urchin on Demand компании Urchin Software (Google выкупила Urchin Software Corp. в

апреле 2005 года). Google всё ещё предоставляет отдельное приложение Urchin. Клиенты Urchin обеспечиваются такой же поддержкой программного продукта, как и до покупки корпорацией Google, новая бета-версия программы вышла в октябре 2007 года.

В сервис привнесены идеи Adaptive Path, чей продукт, Measure Map, был выкуплен и получил название Google Analytics в 2006 году.

Открытая регистрация в сервисе под маркой Google была открыта в ноябре 2005 года. Однако из-за огромного наплыва посетителей, новые регистрации были приостановлены спустя несколько дней.

По мере наращивания мощностей, Google ввёл регистрацию по приглашениям. Начиная с середины августа 2006 года сервис стал доступен для всех желающих. Новая версия пользовательского интерфейса была выпущена 17 мая 2007 года.

Любой пользователь может добавить до 50 профилей сайтов. Каждый профиль обычно соответствует одному сайту.

Google Analytics показывает основную информацию «на панели инструментов», более детальную информацию можно получить в виде отчётов. В данный момент доступно более 80 видов настраиваемых отчётов.

Начиная с 15 марта 2015 Google запустил новое расширение своей платной версии Analytics - Google Analytics Suite 360. Платная платформа предоставляет аналитические данные, которые компании могут использовать для подсчета ROI и эффективности маркетинговых расходов. Google Analytics Suite состоит из Analytics 360, Tag Manager 360, Optimize 360, 360 attribution, Audience Center 360, и Data Studio 360.

На рисунке 3.15 показан рабочий интерфейс инструмента GA (Google Analytics). В приложении есть образец отчета, который, выгружается с GA.

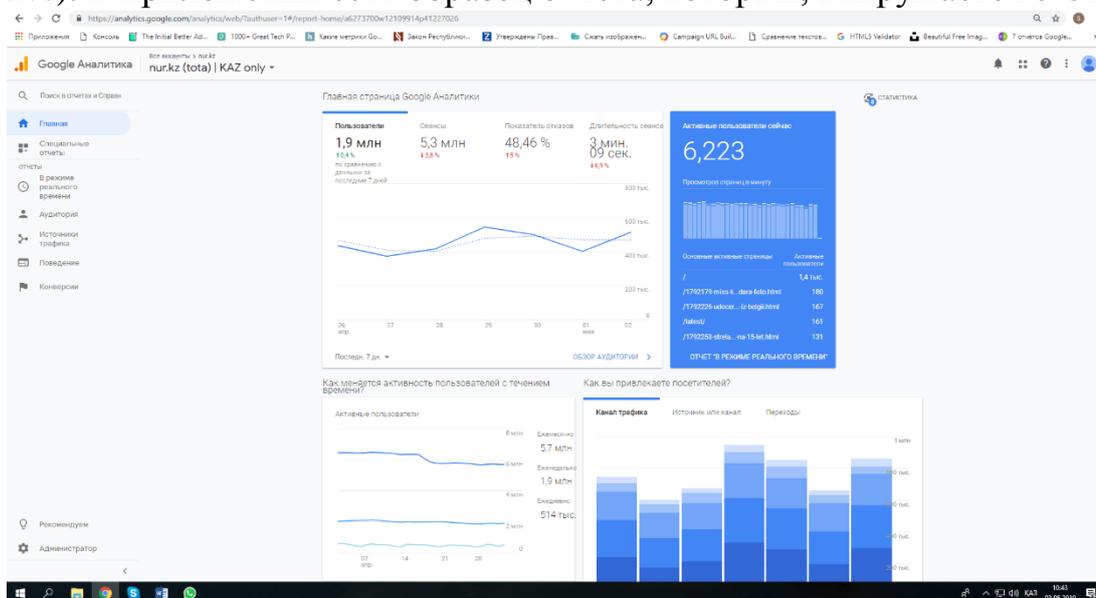


Рисунок 3.15 – Рабочий интерфейс инструмента Adfox

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время интернет реклама приобретает все большую популярность, а возможности таргетирования в интернет рекламе является одной из самых важных тенденций. При помощи рекламы в интернет рекламы есть возможности увеличения своей клиентской базы.

Рентабельность и прозрачность вложений в интернет рекламу является также одним из важных аспектов. Одним из плюсов рекламы в интернете также является факт того что клиент оплачивает за конверсию, то есть за реально привлеченного клиента.

Для удобства связи с компанией был разработан сайт с помощью языков программирования HTML, PHP и JavaScript. Также использованы облачные вычисления в мессенджере Telegram. Через Telegram бота клиент можем узнать всю интересующую его информацию об услугах, прайсах и контактах компании. Через бота есть возможность задать любой интересующий клиента вопрос и оставить контактные данные для обратной связи.

Сайт расположен на хостинге и имеет домен, что позволяет подключаться к нему в любом месте где есть доступ к интернету.

Хотелось бы закончить заключение словами известного человека: «В будущем на рынке останется только 2 вида компаний: те кто вывел свой бизнес в Интернет, и те, кто вышел из бизнес», - сказал Билл Гейтс.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Склейте Н. Облачные вычисления в образовании. Аналитическая записка. М.: Юнеско, 2010 год.
- 2 Сет Годин: Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся! МИИФ, 2012 год.
- 3 Фил Барден: Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем. МИИФ, 2013 год.
- 4 Стрикчиола Джесси , Фишкин Рэнд , Спенсер Стефан , Энж Эрик: SEO. Искусство раскрутки сайтов. БХВ-Петербург, 2014 год.
- 5 Майкл Стелзнер: Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. МИИФ, 2012 года.
- 6 Кошик Авинаш: Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. Вильямс, 2014 год.
- 7 Маршалл П., Тодд Б.: Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords. МИИФ, 2014 год.
- 8 Филип Котлер: Основы маркетинга. Вильямс, 2007 год.
- 9 Антон Воронюк, Александр Полищук: Актуальный интернет-маркетинг. ИРЮ, 2018 год.
- 10 Иванов Андрей, Ашманов Игорь: Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Питер, 2011 год.
- 11 Игорь Манн: Интернет маркетинг на 100%. Питер, 2011 год.
- 12 Рэбхэн Бенджи: От кликов к продажам. МИИФ, 2015 год.

Приложение А

Скриншоты баннеров на портале Nur.kz

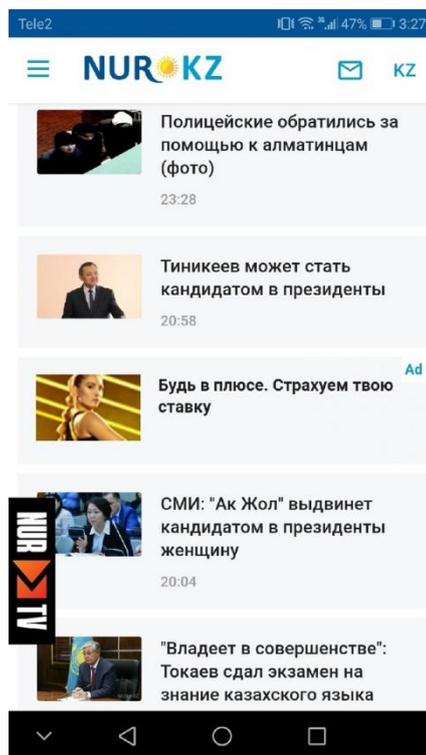


Рисунок 3.10 – Пример формата ТГБ в списке ТОП новостей.

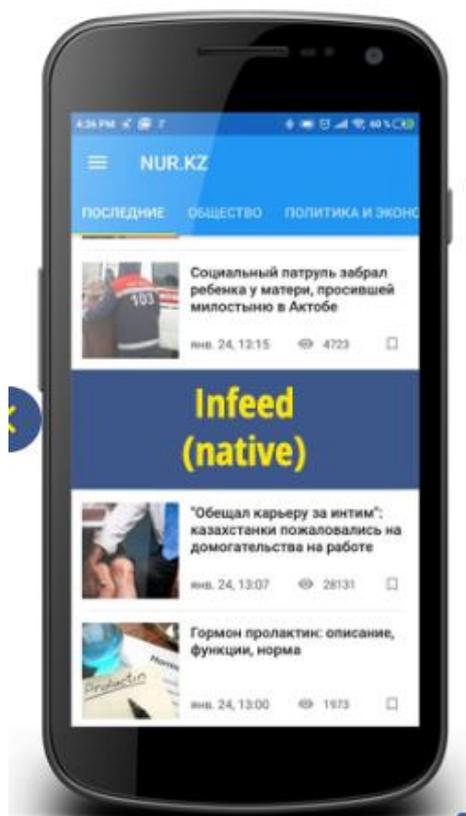


Рисунок 3.11 – Пример формата Infeed.

Продолжение приложения А

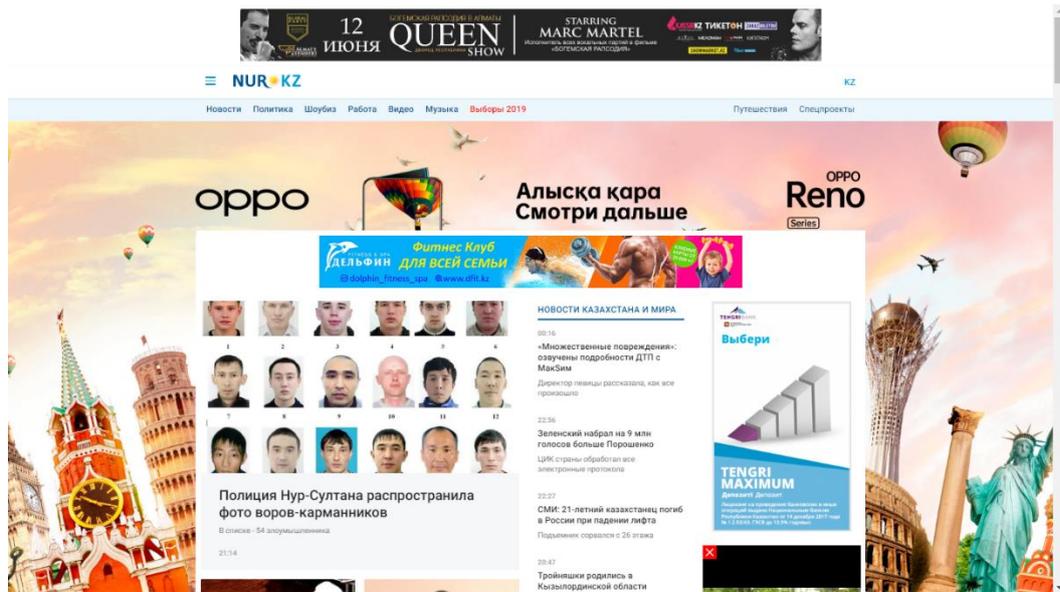


Рисунок 3.12 – Пример брендирования на главной странице NUR.KZ.



Рисунок 3.13 – Пример баннера scroll-roll.

Приложение Б

Листинг программ

Листинг index.html

```
1. <!DOCTYPE html>
2. <html class="no-js" lang="ru">
3. <head>
4. <meta charset="utf-8">
5. <title>Power Media | Главная</title>
6. <meta name="description" content="">
7. <meta name="author" content="">
8. <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1">
9. <link rel="stylesheet" href="css/default.css">
10. <link rel="stylesheet" href="css/layout.css">
11. <link rel="stylesheet" href="css/media-queries.css">
12. <script src="js/modernizr.js"></script>
13. <link rel="shortcut icon" href="favicon.ico" >
14. </head>
15. <body>
16. <script id="rhlpsctrg" type="text/javascript" charset="utf-8" async="async"
17. src="https://web.redhelper.ru/service/main.js?c=federmed12"></script>
18. <div style="display: none"><a class="rc-copyright"
19. href="http://redconnect.ru">Сервис звонка с сайта RedConnect</a></div>
20. <header style="background-color:white ;">
21. 
22. <div class="twelve columns" ">
23. <nav id="nav-wrap">
24. <a class="mobile-btn" href="#nav-wrap" title="Show navigation">Show navigation</a>
25. <a class="mobile-btn" href="#" title="Hide navigation">Hide navigation</a>
26. <ul id="nav" class="nav" ">
27. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
28. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
29. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
30. <li><a href="about.html">Контакты</a></li>
31. </ul>
32. </nav>
33. </div>
34. <div class="row">
35. <div class="logo">
36. <!-- <a href="index.html"><h1 style="color:rgb(235, 251, 251);font-family: Georgia, 'Times New Roman', Times, serif;">SS
Media</h1></a-->
37. </div>
38. </div>
39. </header>
40. <section id="intro">
41. <div id="intro-slider" class="flexslider">
42. <ul class="slides">
43. <!-- Слайд -->
44. <li>
45. <div class="row">
46. <div class="twelve columns">
47. <div class="slider-text">
48. <h1>Медийная реклама</h1>
49. <p>Повышение Интереса и узнаваемости бренда и товаров: Привлечь внимание потенциальных клиентов к вашим товарам и
услугам. </p> </div>
50. <div class="slider-image">
51. 
52. </div>
53. </div>
54. </div>
55. </li>
56. <li>
57. <div class="row">
58. <div class="twelve columns">
59. <div class="slider-text">
60. <h1>Спецпроекты</h1>
61. <p>Разработка специального лендинга для вашей компании, настройка рекламных кампаний </p>
```

Продолжение приложения Б

```
62. </div>
63. <div class="slider-image">
64. 
65. </div>
66. </div>
67. </div>
68. </li>
69. <li>
70. <div class="row">
71. <div class="twelve columns">
72. <div class="slider-text">
73. <h1>Видео-реклама YouTube</h1>
74. <p> YouTube – это огромное сообщество пользователей, которые регулярно просматривают ролики и обмениваются ими. А возможности эмоционального воздействия на зрителей с помощью видео беспрецедентны. </p>
75. </div>
76. <div class="slider-image">
77. 
78. </div>
79. </div>
80. </div>
81. </li>
82. <!-- слайдер -->
83. <li>
84. <div class="row">
85. <div class="twelve columns">
86. <div class="slider-text">
87. <h1>Контекстная реклама</h1>
88. <p>Привлечь потенциальных клиентов и получить различные конверсии, побуждая пользователей к действию</p>
89. </div>
90. <div class="slider-image">
91. 
92. </div>
93. </div>
94. </div>
95. </li>
96. </ul>
97. </div>
98. </section>
99. <section id="info">
100. <div class="row">
101. <div class="bgrid-quarters s-bgrid-halves">
102. <div class="columns">
103. <h2>Медийная реклама</h2>
104. <p>Преимущества медийной рекламы<br>
1. Обширный охват аудитории. <br>
2. Имиджевая составляющая. <br>
3. Имиджевая составляющая. <br>
4. Разнообразные механизмы таргетинга. </p>
105. </div>
106. <div class="columns">
107. <h2>Видео-реклама YouTube</span></h2>
108. <p>Преимущества <br>
109. 1.Связь с аудиторией. <br>
110. 2.Возможность гибкой настройки. <br>
111. 3.Точность статистических данных. <br>
112. 4.Ремаркетинг.</p>
113. </div>
114. <div class="columns s-first">
115. <h2>Контекстная реклама</h2>
116. <p>Преимущества контекстной рекламы <br>
1. Эффективность. <br>
2. Точность попадания в целевую аудиторию. <br>
3. Оплата результата. <br>
4. Гибкость рекламной компании. <br>
```

Продолжение приложения Б

```
5.  Широта охвата.</p>
117. </div>
118. <div class="columns">
119. <h2>Спецпроекты</h2>
120. <p>Преимущества спецпроектов<br>
1.  Разработка личного лендинга<br>
2.  Настройка рекламных кампаний<br>
3.  Публикация PR материалов<br>
4.  Баннерное размещение</p>
121. </div>
122. </div>
123. </div>
124. </section>
125. <section id="works">
126. <div class="row">
127. <div class="twelve columns align-center">
128. <h1>Наши специалисты</h1>
129. </div>
130. <div id="portfolio-wrapper" class="bgrid-quarters s-bgrid-halves" >
131. <div class="columns portfolio-item">
132. <div class="item-wrap">
133. <a >
134. 
135. <div class="overlay"></div>
136. <div class="link-icon"><i class="fa fa-link"></i></div>
137. </a>
138. <div class="portfolio-item-meta">
139. <h5><a href="about.html">Digital Marketing Department</a></h5>
140. <p>Настройка рекламных кампаний Google Ads, Яндекс.Директ</p>
141. </div>
142. </div>
143. </div>
144. <div class="columns portfolio-item">
145. <div class="item-wrap"> <a >
146. 
147. <div class="overlay"></div>
148. <div class="link-icon"><i class="fa fa-link"></i></div>
149. </a>
150. <div class="portfolio-item-meta">
151. <h5><a href="about.html">Отдел аналитики и размещения рекламы</a></h5>
152. <p>Размещение баннерной рекламы на nrg.kz</p>
153. </div>
154. </div>
155. </div>
156. <div class="columns portfolio-item s-first">
157. <div class="item-wrap">
158. <a >
159. 
160. <div class="overlay"></div>
161. <div class="link-icon"><i class="fa fa-link"></i></div>
162. </a>
163. <div class="portfolio-item-meta">
164. <h5><a href="about.html">Отдел активных продаж</a></h5>
165. <p>Продажа услуг компании</p>
166. </div>
167. </div>
168. </div>
169. <div class="columns portfolio-item">
170. <div class="item-wrap">
171. <a >
172. 
173. <div class="overlay"></div>
```

Продолжение приложения Б

```
174. <div class="link-icon"><i class="fa fa-link"></i></div>
175. </a>
176. <div class="portfolio-item-meta">
177. <h5><a href="portfolio.html">Отдел по работе с рекламными агентствами</a></h5>
178. <p>Работа напрямую со всеми рекламными агентствами</p>
179. </div>
180. </div>
181. </div>
182. </div>
183. </div>
184. </section>
185. <div class="contact-wrapper">
186. <div id="contact-form">
187. </div>
188. <footer>
189. <div class="row">
190. <div class="twelve columns">
191. <ul class="footer-nav">
192. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
193. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
194. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
195. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
196. </ul>
197. <p style="padding:30px;margin-left:300px;">
198. <a style="margin:10px;" href="mailto:seitnabi.sultan@gmail.com"></a>
199. <a style="margin:10px;" href="https://www.instagram.com/sultan.seitnabi/"></a>
200. <a style="margin:10px;" href="https://www.facebook.com/"></a>
201. <a style="margin:10px;" href="skype:sultan.seitnabi"></a>
202. <a style="margin:10px;" href="https://wa.me/77078157372"></a>
203. <a style="margin:10px;" href="https://vk.com/sultan12345"></a>
204. </p>
205. </div>
206. <div id="go-top" style="display: block;"><a title="На верх" href="#">На верх</a></div>
207. </div>
208. <div class="widget widget_contact" style="margin-left:40%;">
209. <div class="esocial" style="margin-left:40px;">
210. </div>
211. </div>
212. </footer>
213. <script src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.10.2/jquery.min.js"></script>
214. <script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.10.2.min.js"></script>')</script>
215. <script type="text/javascript" src="js/jquery-migrate-1.2.1.min.js"></script>
216. <script src="js/jquery.flexslider.js"></script>
217. <script src="js/doubletaptogo.js"></script>
218. <script src="js/init.js"></script>
219. </body>
220. </html>
```

Листинг contact.html

```
1. <!DOCTYPE html>
2. <html class="no-js" lang="ru">
3. <head>
4. <meta charset="utf-8">
5. <title>Power Media | Контакты</title>
6. <meta name="description" content="">
7. <meta name="author" content="">
8. <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1">
9. <link rel="stylesheet" href="css/default.css">
10. <link rel="stylesheet" href="css/layout.css">
11. <link rel="stylesheet" href="css/media-queries.css">
12. <script src="js/modernizr.js"></script>
13. <link rel="shortcut icon" href="favicon.ico" >
14. </head>
15. <body>
16. <script async defer
17. src="https://maps.googleapis.com/maps/api/js?key=YOUR_API_KEY&callback=initMap">
```

Продолжение приложения Б

```
18. </script>
19. <script id="rhlpsctrg" type="text/javascript" charset="utf-8" async="async"
20. src="https://web.redhelper.ru/service/main.js?c=federmed12"></script>
21. <div style="display: none"><a class="rc-copyright"
22. href="http://redconnect.ru">Сервис звонка с сайта RedConnect</a></div>
23. <header style="background-color:black;">
24. 
25. <div class="twelve columns" >
26. <nav id="nav-wrap">
27. <a class="mobile-btn" href="#nav-wrap" title="Show navigation">Show navigation</a>
28. <a class="mobile-btn" href="#" title="Hide navigation">Hide navigation</a>
29. <ul id="nav" class="nav" >
30. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
31. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
32. <li ><a href="about.html">О нас</a></li>
33. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
34. </ul>
35. </nav>
36. </div>
37. <div class="row">
38. <div class="logo">
39. <!-- <a href="index.html"><h1 style="color:rgb(235, 251, 251);font-family: Georgia, 'Times New Roman', Times, serif;">SS
Media</h1></a>-->
40. </div>
41. </div>
42. </header>
43. <div id="page-title">
44. <div class="row">
45. <div class="ten columns centered text-center">
46. <h1>Где мы расположены?<span></span></h1>
47. <p> </p>
48. </div>
49. </div>
50. </div>
51. 
52. <div class="content-outer">
53. <div id="page-content" class="row page">
54. <div id="primary" class="eight columns" >
55. </div>
56. <div id="secondary" class="four columns end">
57. <aside id="sidebar" ; margin-left: 80px>
58. <iframe src="https://yandex.ru/map-
widget/v1/?um=constructor%3Ac3994a2afa49fc3ea761789de25b6cf4e31bed88e67703ccb3901180c4a4a572&source=constructor"
width="1105" height="560" frameborder="1"></iframe>
59. <script type="text/javascript" charset="utf-8" async src="https://api-
maps.yandex.ru/services/constructor/1.0/js/?um=constructor%3A8ace04b574eac69764fc31ab5a5b4bde72ef6eb544a9761125577c22b5fe7
2f3&lang=ru_RU&scroll=true"></script>
60. <div class="widget widget_contact">
61. <h5>Адрес компаний и номер телефона:</h5>
62. <p class="address">
63. Power Media<br>
64. улица Байзакова, 280<br> БЦ Almaty Towers, 6 этаж <br>
65. Алматы,Казахстан<br>
66. <span>+7 707 809 41 70</span>
67. </p>
68. </div>
69. </aside>
70. </div>
71. </div>
72. </div>
73. <footer>
74. <div class="row">
75. <div class="twelve columns">
76. <ul class="footer-nav">
77. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
```

Продолжение приложения Б

```
78. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
79. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
80. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
81. </ul>
82. </div>
83. <div id="go-top" style="display: block;"><a title="Back to Top" href="#">На верх</a></div>
84. </div>
85. <p style="padding:30px;margin-left:500px;">
86. <<a style="margin:10px;" href="mailto:seitnabi.sultan@gmail.com"></a>
87. <a style="margin:10px;" href="https://www.instagram.com/sultan.seitnabi/"></a>
88. <a style="margin:10px;" href="https://www.facebook.com/"></a>
89. <a style="margin:10px;" href="skype:sultan.seitnabi"></a>
90. <a style="margin:10px;" href="https://wa.me/77078157372"></a>
91. <a style="margin:10px;" href="https://vk.com/sultan12345"></a>
92. </p>
93. </footer>
94. <script src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.10.2/jquery.min.js"></script>
95. <script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.10.2.min.js"></script>')</script>
96. <script type="text/javascript" src="js/jquery-migrate-1.2.1.min.js"></script>
97. <script src="js/jquery.flexslider.js"></script>
98. <script src="js/doubletaptogo.js"></script>
99. <script src="js/init.js"></script>
100. </body>
101. </html>
```

Листинг styles.html

```
1. <!DOCTYPE html>
2. <html class="no-js" lang="ru">
3. <head>
4. <meta charset="utf-8">
5. <title>Power Media | Услуги</title>
6. <meta name="description" content="">
7. <meta name="author" content="">
8. <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1">
9. <link rel="stylesheet" href="css/default.css">
10. <link rel="stylesheet" href="css/layout.css">
11. <link rel="stylesheet" href="css/media-queries.css">
12. <script src="js/modernizr.js"></script>
13. <link rel="shortcut icon" href="favicon.ico" >
14. <link rel="stylesheet" href="css/style.css">
15. </head>
16. <body>
17. <script id="rhlpsctrg" type="text/javascript" charset="utf-8" async="async"
18. src="https://web.redhelper.ru/service/main.js?c=federmed12"></script>
19. <div style="display: none"><a class="rc-copyright"
20. href="http://redconnect.ru">Сервис звонка с сайта RedConnect</a></div>
21. <header style="background-color:white;">
22. 
23. <div class="twelve columns" ">
24. <nav id="nav-wrap">
25. <a class="mobile-btn" href="#nav-wrap" title="Show navigation">Show navigation</a>
26. <a class="mobile-btn" href="#" title="Hide navigation">Hide navigation</a>
27. <ul id="nav" class="nav" ">
28. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
29. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
30. <li ><a href="about.html">О нас</a></li>
31. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
32. </ul>
33. </nav>
34. </div>
35. <div class="row">
36. <div class="logo">
37. <!-- <a href="index.html"><h1 style="color:rgb(235, 251, 251);font-family: Georgia, 'Times New Roman', Times, serif;">SS
Media</h1></a-->
38. </div>
```

Продолжение приложения Б

```
39. </div>
40. </header>
41. <div id="page-title">
42. <div class="row">
43. <div class="ten columns centered text-center">
44. <h1>Мы выполняем задачи<span>.</span></h1>
45. <p>
46. <P>
47. Google,
48. Яндекс и Mail.ru в Алматы, Астане и по всему Казахстану, вывод сайта в ТОП-10 по 300-1000
49. запросам
50. </p>
51. </div>
52. </div>
53. </div>
54. <div class="content-outer">
55. <div id="page-content">
56. <div class="row add-bottom">
57. <div class="twelve columns" style="padding-top: 24px;">
58. <h1 class="title-heading">Преимущество контекстной рекламы:</h1>
59. 
60. <p class="lead add-bottom"><h3>Моментальный генератор продаж</h3>
61. <h5>Настройка и запуск качественной рекламной кампании в Гугл Адворде
62. и Яндекс Директ составляет от 1 до 3 дней.
63. </h5><br>
64. 
65. <h3>Привлечение на сайт только ваших клиентов</h3>
66. <h5>Google и Яндекс сегодня место встречи спроса и предложения,
67. благодаря контекстной рекламе ваши товары и услуги увидят только потенциальные клиенты.
68. </h5><br>
69. 
70. <h3>Оплата за результат</h3>
71. <h5>Деньги за пустые показы не списываются, вы платите только за
72. реальные переходы из Google Adwords и Яндекс Директ на ваш сайт.
73. </h5>
74. 
75. <h3 style="margin-top: 30px;">Оперативность в управлений контекстной рекламы</h3>
76. <h5>Приостановить/запустить показы, добавить новые запросы или минус
77. слова, отредактировать тексты объявлений, оптимизировать бюджет все это можно сделать в
78. режиме реального времени.
79. </h5>
80. </p>
81. <h1>
82. </div>
83. </div>
84. <div class="row add-bottom" style="max-width:950px; ">
85. <h2>Инструменты контекстной и таргетированной рекламы</h2>
86. <h6>которые мы будем использовать для достижения ваших целей и задач - увеличение
87. прибыли и потока новых клиентов из Интернета</h6>
88. <div style="margin-left:200px;"></div>
89. <div style="float:left;background-color:rgb(124, 193, 195);width:100%; ">
90. <h3 style="color:white; text-align: center;">
91. Какой вид рекламы вам интересен?
92. </h3>
93. </div>
94. </div>
95. <center>
96. <div class="six columns add-bottom" style="width:390px; text-align: center;float: left;margin-left: 50px;">
97. 
98. <h3>Google AdWords</h3>
99. <p style="height:230px;">Популярный сервис глобальной поисковой системы Google. Цены
100. рекламных кампаний индивидуальны для каждого бизнеса и зависят от высокочастотности
101. ключевых
102. запросов, которые показываются только в поиске.
103. </p>
104. </center>
```

Продолжение приложения Б

```
105. <div class="context-ads__form">
106. </div>
107. </center>
108. </div>
109. <div class="six column-s" style="background-color:white; width:390px; text-align: center; float:left;">
110. 
111. <h3 >Яндекс.Директ</h3>
112. <p style="height:230px;">Крупнейшая в СНГ система контекстной рекламы для
113. брендинга
114. бизнеса и предложения товаров или услуг широкой аудитории.
115. </p>
116. <center>
117. <div class="context-ads__form">
118. </div>
119. </center>
120. </div>
121. <div class="six column-s" style="background-color:white; width:390px; text-align: center; float: left;">
122. 
123. <h3>Видео-реклама YouTube</h3>
124. <p style="height:230px;">Реклама на видео платформе Youtube.com.
125. Возможности визуального воздействия на клиентов.
126. Таргет под нужную целевую аудиторию.
127. </p>
128. <center>
129. <div class="context-ads__form">
130. </div>
131. </center>
132. </div>
133. </center>
134. <footer>
135. <div class="row">
136. <div class="twelve columns">
137. <ul class="footer-nav">
138. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
139. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
140. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
141. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
142. </ul>
143. <p style="padding:30px;margin-left:300px;">
144. <a style="margin:10px;" href="mailto:seitnabi.sultan@gmail.com"></a>
145. <a style="margin:10px;" href="https://www.instagram.com/sultan.seitnabi/"></a>
146. <a style="margin:10px;" href="https://www.facebook.com/"></a>
147. <a style="margin:10px;" href="skype:sultan.seitnabi"></a>
148. <a style="margin:10px;" href="https://wa.me/77078157372"></a>
149. <a style="margin:10px;" href="https://vk.com/sultan12345"></a>
150. </p>
151. </div>
152. <div id="go-top" style="display: block;"><a title="На верх" href="#">На верх</a></div>
153. </div>
154. </footer>
155. <script src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.10.2/jquery.min.js"></script>
156. <script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.10.2.min.js"></script>')</script>
157. <script type="text/javascript" src="js/jquery-migrate-1.2.1.min.js"></script>
158. <script src="js/jquery.flexslider.js"></script>
159. <script src="js/doubletaptogo.js"></script>
160. <script src="js/init.js"></script>
161. </body>
162. </html>
```

Листинг About.html

```
1. <!DOCTYPE html>
2. <html class="no-js" lang="ru">
3. <head>
4. <meta charset="utf-8">
5. <title>Power Media | О нас</title>
6. <meta name="description" content="">
```

Продолжение приложения Б

```
7. <meta name="author" content="">
8. <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1">
9. <link rel="stylesheet" href="css/default.css">
10. <link rel="stylesheet" href="css/layout.css">
11. <link rel="stylesheet" href="css/media-queries.css">
12. <script src="js/modernizr.js"></script>
13. <link rel="shortcut icon" href="favicon.ico" >
14. <link rel="stylesheet" href="css/style.css">
15. </head>
16. <body>
17. <script id="rhlpsctg" type="text/javascript" charset="utf-8" async="async"
18. src="https://web.redhelper.ru/service/main.js?c=federmed12"></script>
19. <div style="display: none"><a class="rc-copyright"
20. href="http://redconnect.ru">Сервис звонка с сайта RedConnect</a></div>
21. <header style="background-color:white;">
22. 
23. <div class="twelve columns" >
24. <nav id="nav-wrap">
25. <a class="mobile-btn" href="#nav-wrap" title="Show navigation">Show navigation</a>
26. <a class="mobile-btn" href="#" title="Hide navigation">Hide navigation</a>
27. <ul id="nav" class="nav" >
28. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
29. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
30. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
31. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
32. </ul>
33. </nav>
34. </div>
35. <div class="row">
36. <div class="logo">
37. <!-- <a href="index.html"><h1 style="color:rgb(235, 251, 251);font-family: Georgia, 'Times New Roman', Times, serif;">SS
Media</h1></a-->
38. </div>
39. </div>
40. </header>
41. <div class="content-outer">
42. <div id="page-content" class="row page">
43. <div id="primary" class="eight columns">
44. <section>
45. <h1>Кто мы</h1>
46. <p class="lead">Power Media – агентство полного цикла группы компаний Genesis с фокусом на интернет-рекламу.
47. Основной проект в Казахстане IT-компания NUR.KZ, с посещаемостью 11 млн в месяц. <br> <br>
48. В 2017 году было принято решение собрать профессионалов Genesis в области интернет-рекламы и создать
49. Power Media.</div class="row">
50. <div id="team-wrapper" class="bgrid-halves cf">
51. <div class="column member">
52. 
53. <div class="member-name">
54. <h5>Ко Евгения</h5>
55. <span>Коммерческий директор</span>
56. </div>
57. <p> </p>
58. <ul class="member-social">
59. <li><a href="#"><i class="fa fa-facebook"></i></a></li>
60. <li><a href="#"><i class="fa fa-twitter"></i></a></li>
61. <li><a href="#"><i class="fa fa-google-plus"></i></a></li>
62. <li><a href="#"><i class="fa fa-linkedin"></i></a></li>
63. <li><a href="#"><i class="fa fa-skype"></i></a></li>
64. </ul>
65. </div>
66. <div class="column member">
67. 
68. <div class="member-name">
69. <h5>Кучин Алексей</h5>
70. <span>Генеральный директор <br>
71. ТОО «Power Media»</span>
```

Продолжение приложения Б

```
72. </div>
73. <p> </p>
74. <ul class="member-social">
75. <li><a href="#"><i class="fa fa-facebook"></i></a></li>
76. <li><a href="#"><i class="fa fa-twitter"></i></a></li>
77. <li><a href="#"><i class="fa fa-google-plus"></i></a></li>
78. <li><a href="#"><i class="fa fa-linkedin"></i></a></li>
79. <li><a href="#"><i class="fa fa-skype"></i></a></li>
80. </ul>
81. </div>
82. <div class="column member" style="float:left;">
83. 
84. <div class="member-name">
85. <h5>СклярOVA Катерина</h5>
86. <span>Руководитель отдела аналитики и размещения рекламы</span>
87. </div>
88. <p> </p>
89. <ul class="member-social">
90. <li><a href="#"><i class="fa fa-facebook"></i></a></li>
91. <li><a href="#"><i class="fa fa-twitter"></i></a></li>
92. <li><a href="#"><i class="fa fa-google-plus"></i></a></li>
93. <li><a href="#"><i class="fa fa-linkedin"></i></a></li>
94. <li><a href="#"><i class="fa fa-skype"></i></a></li>
95. </ul>
96. </div>
97. <div class="column member">
98. 
99. <div class="member-name">
100. <h5>Ивуллаев Ильдар</h5>
101. <span>Director of Digital Marketing Department</span>
102. </div>
103. <p> </p>
104. <ul class="member-social">
105. <li><a href="#"><i class="fa fa-facebook"></i></a></li>
106. <li><a href="#"><i class="fa fa-twitter"></i></a></li>
107. <li><a href="#"><i class="fa fa-google-plus"></i></a></li>
108. <li><a href="#"><i class="fa fa-linkedin"></i></a></li>
109. <li><a href="#"><i class="fa fa-skype"></i></a></li>
110. </ul>
111. </div>
112. </div>
113. </div>
114. </section>
115. </div>
116. <div id="secondary" class="four columns end">
117. <aside id="sidebar">
118. <div class="widget widget_contact">
119. <h5>Адрес компаний и номер телефона</h5>
120. <p class="address">
121. Power Media<br>
122. улица Байзакова 280, БЦ "Almaty Towers", 6 этаж <br>
123. Алматы, Казахстан<br><br>
124. <span>Для рекламных агентств:<br>
125. тел. +7 727 346 80 38 (вн.220)<br>
126. e-mail: adv_agency@corp.nur.kz<br><br>
127. Для прямых рекламодателей:<br>
128. моб. +7 707 809 41 70<br>
129. e-mail: adv@corp.nur.kz<br><br>
130. Для гос. сектора и по вопросам гос. закупок:<br>
131. тел. +7 727 346 80 43<br>
132. моб. +7 707 277 52 91<br>
133. e-mail: gr_department@corp.nur.kz </span>
134. </p>
135. </div>
```

Продолжение приложения Б

```
136. </aside>
137. </div>
138. </div>
139. </div>
140. <div class="md-overlay"></div>
141. <footer>
142. <div class="row">
143. <div class="twelve columns">
144. <ul class="footer-nav">
145. <li><a href="index.html">Главная</a></li>
146. <li><a href="about.html">О нас</a></li>
147. <li><a href="contact.html">Контакты</a></li>
148. <li><a href="styles.html">Услуги</a></li>
149. </ul>
150. <p style="padding:30px;margin-left:300px;">
151. <a style="margin:10px;" href="mailto:seitnabi.sultan@gmail.com"></a>
152. <a style="margin:10px;" href="https://www.instagram.com/sultan.seitnabi/"></a>
153. <a style="margin:10px;" href="https://www.facebook.com/"></a>
154. <a style="margin:10px;" href="skype:sultan.seitnabi"></a>
155. <a style="margin:10px;" href="https://wa.me/77078157372"></a>
156. <a style="margin:10px;" href="https://vk.com/sultan12345"></a>
157. </p>
158. </div>
159. <div id="go-top" style="display: block;"><a title="Back to Top" href="#">Go To Top</a></div>
160. </div>
161. </footer>
162. <script src="http://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.10.2/jquery.min.js"></script>
163. <script>window.jQuery || document.write('<script src="js/jquery-1.10.2.min.js"></script>')</script>
164. <script type="text/javascript" src="js/jquery-migrate-1.2.1.min.js"></script>
165. <script src="js/jquery.flexslider.js"></script>
166. <script src="js/doubletaptogo.js"></script>
167. <script src="js/init.js"></script>
168. </body>
169. </html>
```

Приложение В

Скриншот интерфейса Google Analytics

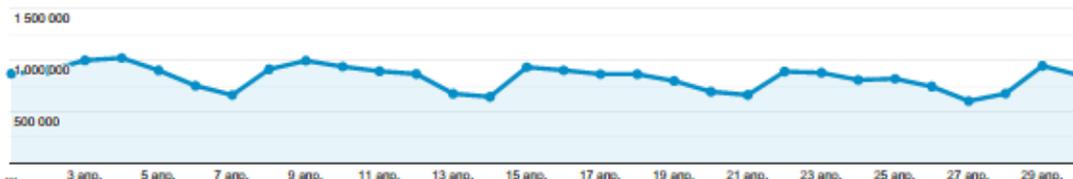
Обзор аудитории

1 апр. 2019 г. - 30 апр. 2019 г.

Все пользователи
Сессии: 100,00 %

Обзор

Сессии



Сессии

24 964 769

Пользователи

5 723 264

Просмотры страниц

57 664 245

Страницы/сессия

2,31

Сред. длительность сессии

00:03:17

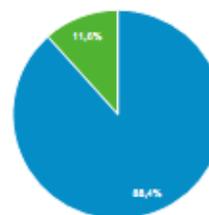
Показатель отказов

47,60 %

Новые сессии, %

11,65 %

Returning Visitor ■ New Visitor



Язык	Сессии	Сессии, %
1. ru-ru	15 407 572	61,72 %
2. ru	7 388 353	29,60 %
3. ru-kz	1 094 319	4,38 %
4. en-us	454 076	1,82 %
5. kk	411 682	1,65 %
6. kk-kz	84 470	0,34 %
7. en-gb	58 887	0,24 %
8. en	14 172	0,06 %
9. zh-cn	10 824	0,04 %
10. tr-tr	6 470	0,03 %