

### Обзор активности пользователей информационно-образовательного интернет- портала [rastudent.ru](http://rastudent.ru)

Sokolova, Anastasia Sergeevna

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sokolova, A. S. (2014). Обзор активности пользователей информационно-образовательного интернет-портала [rastudent.ru](http://rastudent.ru). *Nauka - rastudent.ru.*, 5, 1-12. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-52129-6>

#### Nutzungsbedingungen:

*Dieser Text wird unter einer Free Digital Peer Publishing Licence zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:*

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

#### Terms of use:

*This document is made available under a Free Digital Peer Publishing Licence. For more Information see:*

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

**«НАУКА | RASTUDENT.RU»**

Электронный научно-практический журнал

График выхода: ежемесячно

Языки: русский, английский, немецкий, французский

**ISSN: 2311-8814**

**ЭЛ № ФС 77 - 57839 от 25 апреля 2014 года**

Территория распространения: Российская Федерация, зарубежные страны

Издатель: компания INFLASH

Учредитель: ИП Соколова А.С.

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

Прием статей по e-mail: [rastudent@yandex.ru](mailto:rastudent@yandex.ru)

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

---

Соколова А.С. Обзор активности пользователей информационно-образовательного интернет-портала для юных специалистов по маркетинговым коммуникация [rastudent.ru](http://rastudent.ru) // Наука-RASTUDENT.RU. – 2014. – №. 5(05-2014) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/5/1418/>

© Соколова А.С., 2014

© ИП Соколова А.С., 2014

© Компания INFLASH, 2014

**УДК 009**

**Соколова Анастасия Сергеевна,**  
*ассистент кафедры маркетинга и рекламы  
Башкирского государственного университета,  
г. Уфа, Российская Федерация*

## **Обзор активности пользователей информационно-образовательного интернет-портала [rastudent.ru](http://rastudent.ru)**

**Аннотация:** В статье изложен аналитический обзор активности различных групп пользователей. Приведена типология целевой аудитории портала. Дано определение пользователь интернет-портала. Выделены критерии для анализа пользовательской активности.

**Ключевые слова:** пользовательская активность, интернет-портал, маркетинговые коммуникации.

**Sokolova Anastasia Sergeevna,**  
*assistant of marketing and advertisement Department  
Bashkir state University,  
Ufa, Russian Federation*

### **Overview of user activity information-educational web-portal [rastudent.ru](http://rastudent.ru)**

**Abstract:** the paper deals with the analytical review of the activity of different groups of users. Given the typology of the target audience of the portal. The definition of the user of the Internet portal. The criteria for analysis of user's activity.

**Keywords:** user activity, the Internet portal, and marketing communications.

Информационно-образовательный интернет-портал [rastudent.ru](http://rastudent.ru) для юных специалистов в области маркетинговых коммуникаций зарегистрирован в 2011 году в качестве электронного средства массовой информации, территорией распространения которого являются Российская Федерация и зарубежные страны. Интернет-портал был создан в 2007 году, претерпел ряд значительных изменений как в концептуальном, так и в технологическом плане. В настоящее время интернет-портал развивается в

трех основных направлениях: обучение, профессия, работа. Каждое направление имеет характер самостоятельного и цельного раздела. Но в то же время, направления являются взаимодополняющими.

Портал [rastudent.ru](http://rastudent.ru) можно обозначить как «точку роста, точку развития». Предполагается, что портал станет такой площадкой, в рамках которой будет сформировано сообщество заинтересованных пользователей, а контент, формируемый как редакцией, так и самими пользователями, будет развивать идею «сетового «взаимного» обучения.

Итак, интернет-портал [rastudent.ru](http://rastudent.ru) – это портал, построенный, во-первых, на основе современной, гибкой системы управления сайтом, а во-вторых, функционирующий по принципам концепции web 2.0 и сетевой образовательной виртуальной среды.

Целевая аудитория портала состоит из пользовательских групп. Группы пользователей можно условно разделить следующим образом:

- абитуриенты (1) школьники-выпускники, 2) желающие получить второе высшее, 3) потенциальные слушатели курсов повышения квалификации, переквалификации или дополнительного образования);
- студенты (учащиеся всех курсов колледжей и высших учебных заведений);
- выпускники (колледжей, вузов, а так же курсов дополнительного образования);
- преподаватели и другие работники сферы образования и дополнительного обучения как коммерческих так и не коммерческих учреждений (лекторы, тьюторы, тренеры и пр.);
- специалисты (профессионалы по своей специальности, яркие представители сферы маркетинговых коммуникаций; специалистов следует разделять в такие подгруппы как «Профи», «Эксперт», «Гуру»);
- HR-менеджеры (представители кадровых служб и отделов кадров предприятий; менеджеры кадровых агентств и агентств по подбору персонала, менеджеры интернет-рекрутинговых компаний).

В широком значении пользователь – это лицо или организация, которое использует действующую систему для выполнения конкретной функции. В более узком значении, применительно к сети Интернет, пользователь – это посетитель любого интернет-сайта или клиент онлайн-сервиса.

С точки зрения теории информационной безопасности, пользователь – это человек, использующий систему либо сеть Интернет для решения стоящих перед ним задач. Также он называется конечным пользователем. Сведения о пользователе называются профилем пользователя или учётной записью пользователя. [4]

Пользовательская активность – это действия, которые пользователь совершает в браузере, например, запросы в поисковой системе, переходы по сайтам, источники переходов, клики на ссылки, перемещение между вкладками, скроллинг страницы. [1]

Информационная потребность – потребность, возникающая, когда цель, стоящая перед пользователем в процессе его профессиональной деятельности либо в его социально-бытовой практике, не может быть достигнута без привлечения дополнительной информации. [2]

Согласно Модельному закону об информатизации, информации и защите информации, информационная потребность определяется как потребность лица в информации для осуществления своей деятельности. [3]

Информация о пользовательской активности не структурирована. Действие пользователя влечет за собой следующее действие, и, если правильно структурировать их последовательность, можно многое понять о пользователе. Для структурирования пользовательской активности ее нужно разделить на компоненты. Цель – понять и смоделировать действия пользователя в течение одной сессии: куда он пойдет дальше с сайта, соответственно, понравился ему сайт или нет; он уходит потому, что устал искать, или потому, что он получил ту информацию, которая была ему нужна. На многие вопросы можно ответить, просто анализируя активность пользователя.

Поведение пользователя состоит из логических сессий, в каждой из которых веб-страницы связаны одной информационной потребностью. Например, пользователь нашел новость про семинар, прочитал информацию о нем. В тексте нашел новое определение. Дальше он пошел в поисковую систему искать значение этого определения – это уже будет следующая, новая информационная потребность, и в рамках новой потребности – уже следующая информационная сессия. [1]

Выше мы обозначили предполагаемые группы пользователей и охарактеризовали их. Но для полного отражения активности пользователей портала, выявления их информационной потребности, требуется анализ поисковых запросов, по которым пользователи переходят на портал, анализ географии пользователей, половозрастных показателей, анализ сессий.

Анализировать пользовательскую активность следует по следующим критериям:

1. запросы в поисковых системах,
2. переходы на сайт,
3. клики на ссылки,
4. перемещение между вкладками / пунктами меню.

Цель данного аналитического обзора: определение конкретных информационных потребностей пользователей портала [rastudent.ru](http://rastudent.ru).

Задачи исследования:

1. Определить пользователей по географическому расположению:
  - соотношение пользователей по странам;
  - соотношение пользователей по городам России;
2. Определить половозрастную структуру пользователей;
3. Выявить популярные поисковые запросы;
4. Выявить популярные разделы/страницы портала;
5. Зафиксировать клики на ссылки;
6. Определить перемещение между вкладками/ пунктами меню;

Данные для аналитического обзора получены при помощи модуля серверной статистики системы управления сайтом, а так же сервиса «Яндекс.Метрика». Данные для аналитического обзора использованы за период с 1 января 2014 года по 28 марта 2014 года.

### 1. Географическое расположение пользователей портала.

В целом, география пользователей распространяется по городам Российской Федерации, ближнего и дальнего Зарубежья.

Пользователи из Российской Федерации составили 53,54% и сформировали первое место по посещаемости, пользователи из Соединенных штатов Америки обозначили второе место среди посетителей портала и составили 13,17%. Пользователи из Украины составили 12,98%. 5,94% пользователей сервер не определил по географической принадлежности. Пользователи из Канады составили 4,75 %. В порядке убывания и малое количество посетителей мы наблюдаем в Белоруссии, Казахстане, Германии, Исландии, Китае, Франции, Великобритании, Японии, Молдове, Чехии, Киргизстане, Узбекистане, Латвии, Польше.

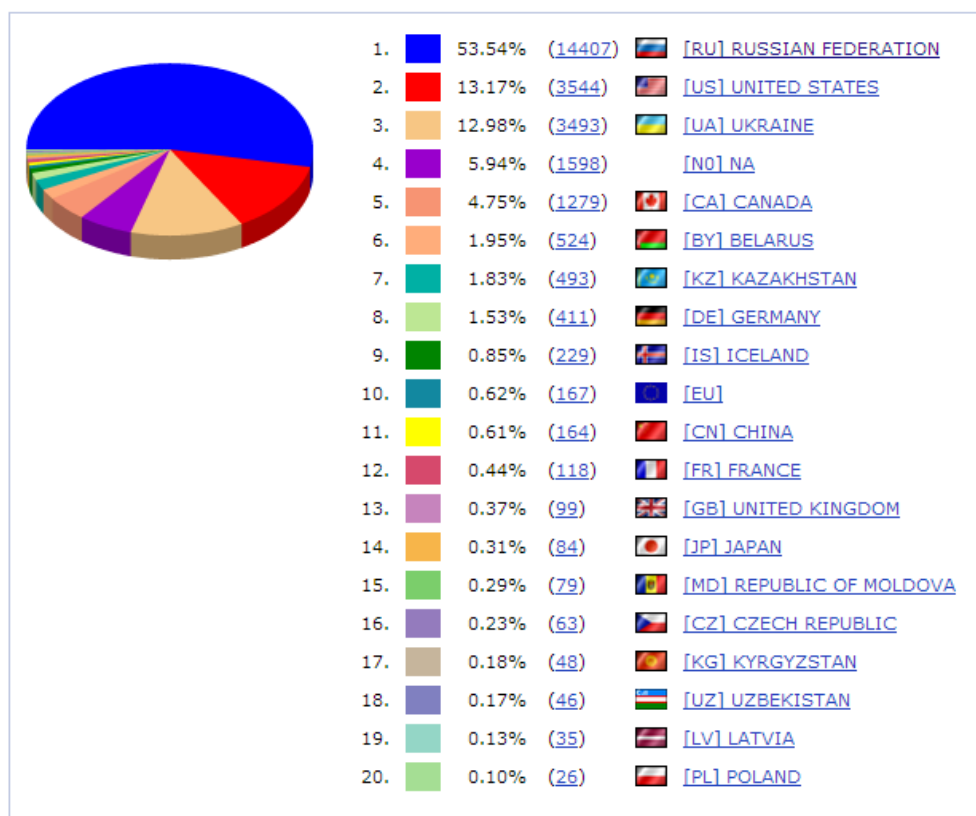


Рис. 1. Динамика посещаемости портала rastudent.ru по странам.

Согласно данным серверной статистики наиболее посещаем портал пользователями из России, США, Украины.

Каково же соотношение пользователей по городам России?

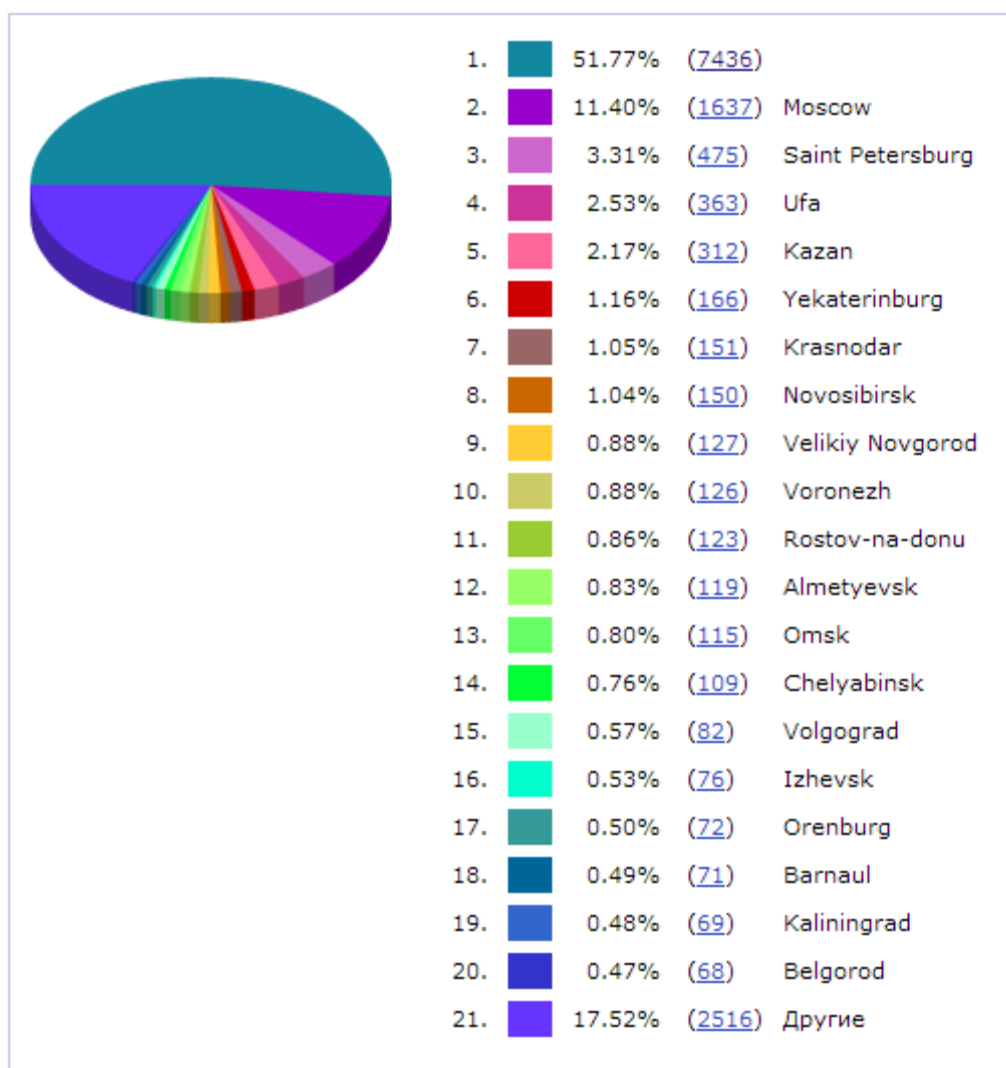


Рис. 2. Динамика посещаемости портала rastudent.ru по городам России

На рисунке 2. отражена динамика посещаемости по городам России. Следует отметить, что 51,77% пользователей согласно серверной статистике не определены географически, они отнесены лишь к территории России, так же и 17,52 % - отнесены к категории «Другие». В целом, 69,29% пользователей модуль серверной статистики затруднился определить к городам России. Данное обстоятельство не позволяет с большей степенью точности отразить динамику посещаемости портала по городам России.

Москва, Санкт-Петербург, Уфа, Казань – сформировали первые четыре позиции. Наибольшее число пользователей из Москвы – 11,4%, из Санкт-



Петербурга – 3,31%, из Уфы – 2,53%, из Казани – 2,17%. Наблюдается значительная разница в соотношении между представителями Москвы, Санкт-Петербурга и Уфы. Почти одинаковы показатели посещаемости среди представителей Уфы и Казани.

Пользователи из Екатеринбурга (1,16%), Краснодара (1,05%) и Новосибирска (1,04%) так же представлены в равных долях.

Наименьший процент пользователей отражен по таким городам как Великий Новгород, Воронеж, Ростов-на-Дону, Альметьевск, Омск, Челябинск, Волгоград, Ижевск, Оренбург, Барнаул, Калининград, Белгород.

Согласно сервису «Яндекс. Метрика» распределение пользователей среди регионов России отражено на рисунке 3.

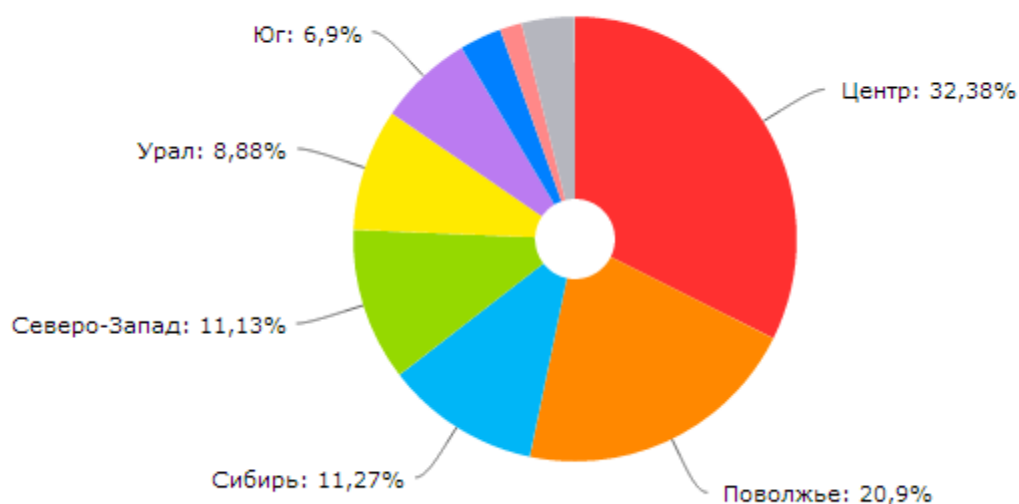


Рис. 3. Распределение посетителей портала по регионам России.

Согласно данным «Яндекс.Метрики» 32,38 % пользователей портала составили жители центральной части России, Поволжье – 20,9%, Сибирь 11,27 % и Северо-Запад 11,13%. Меньший процент пользователей на Урале (8,88%) и на Юге (6,9%).

**Соотношение пользователей по городам США:** Скрантон (штат Пенсильвания) - 20,57%, Саннивейл (штат Калифорния) – 17,86%, Сиэтл (штат Вашингтон) – 15,08%, Даллас (штат Техас) – 5,66%, Редмонд (штат Вашингтон) – 4,97%, Вудбридж (штат Вирджиния) – 2,29 %. В порядке

убывания – Сакраменто, Льюисвилл (штат Миннесота), Коулуотер (штат Мичиган), Пало-Альто (штат Айова), Санта-Моника (штат Калифорния), Сан-Антонио (штат Техас), Чикаго, Атланта, Лас-Вегас, Эвансвилл, Луисвилл, Амхерст.

## 2. Особенности половозрастной структуры пользователей.

Согласно данным сервиса «Яндекс. Метрика» наиболее популярным портал является у мужчин в возрасте от 25-34 лет (48,4%), 30,38% составили мужчины в возрасте 18-24 лет. Наименее интересен портал пользователям среди мужской аудитории в следующих возрастных группах: 35 – 44 лет (10,06%), 45 лет и старше (7,39%), младше 18 лет (3,87%).

Среди женской аудитории лидирует так же как и в мужской возрастная группа от 25-34 лет (38,26%), группа 18-24 лет представлена шире, чем у мужчин – 34,16% и практически приближена по процентному соотношению к группе 25-34 лет. Женщины 35 – 44 лет составили 11,24%, 45 лет и старше – 8,12%, а в возрасте младше 18 лет – 8,21%.

Согласно полученным данным, можем сказать, что наибольший интерес портал вызывает у мужчин в возрасте 25-34 лет, а так же у женщин в двух возрастных категориях – 25-34 лет и 18-24 лет.

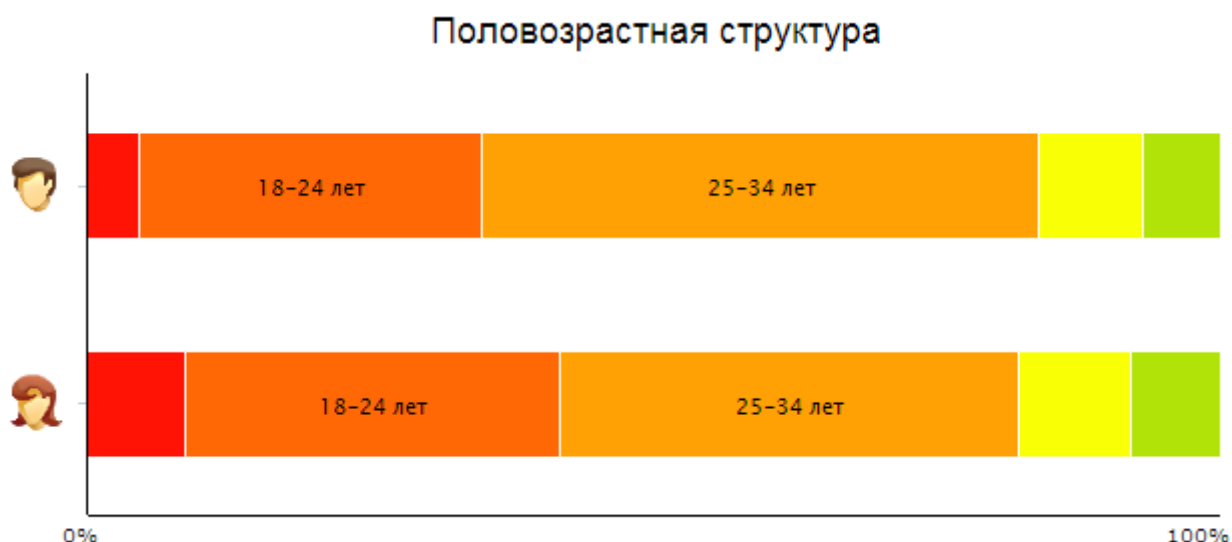


Рис. 4. Половозрастная структура пользователей rastudent.ru

Распределение пользователей портала по полу отражено на рисунке 5, и составило 60,4% женщин, 39,6% мужчин.

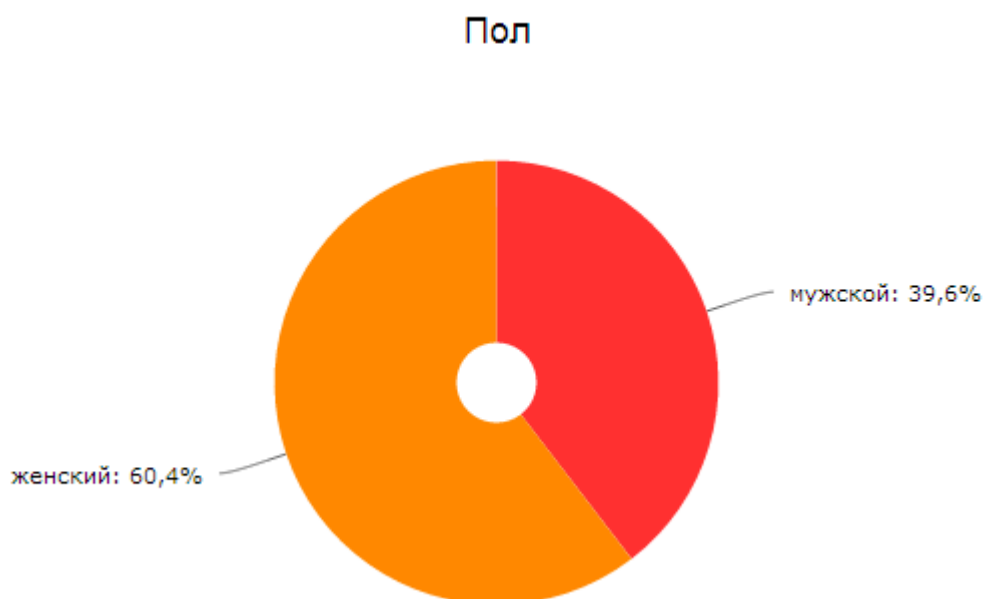


Рис. 5. Распределение по полу пользователей портала rastudent.ru

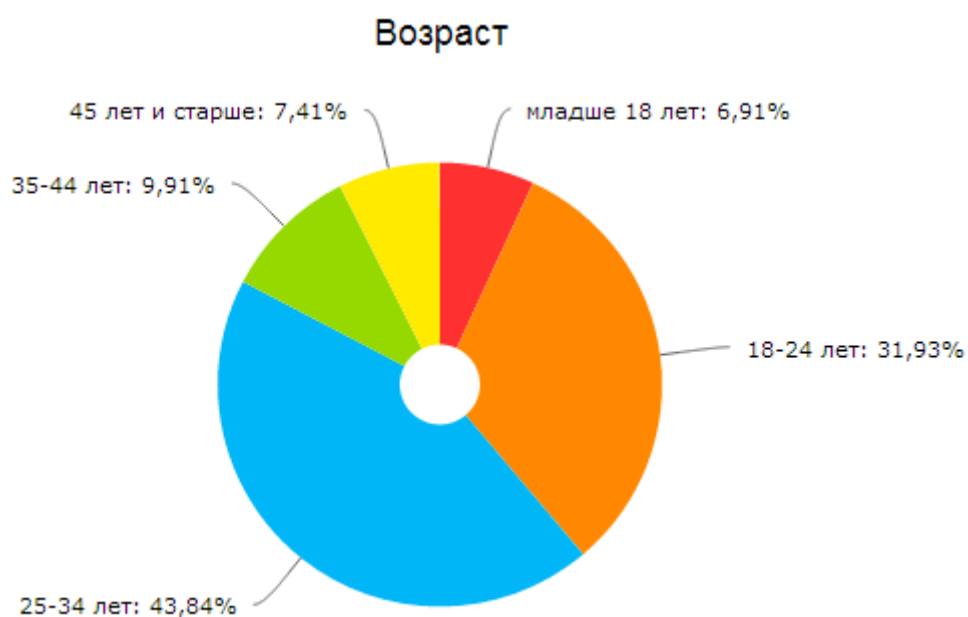


Рис. 6. Распределение по возрасту пользователей портала rastudent.ru

По возрастным категориям пользователи портала распределились следующим образом: наиболее посещаем портал пользователями в возрасте 25-34 лет (43,84%), вторая по популярности возрастная категория – 18-24 лет (31,93%). Пользователи в категории 35-44 лет составили 9,91%, 45 лет и старше 7,41%, младше 18 лет - 6,91%.

### 3. Популярные поисковые запросы:

Согласно сервису «Яндекс.Метрика» наиболее популярными поисковыми фразами в различных поисковых системах являются следующие:

- типы потребителей
- какие профессии будут востребованы в 2020 году
- виды рекламных агентств
- должностная инструкция звукооператора
- должностная инструкция координатора
- типы потребителей в маркетинге
- должностная инструкция специалиста по связям с общественностью
- востребованные профессии 2012-2017 в россии
- фирменный стиль литература
- должностная инструкция менеджера по продажам рекламы
- должностные обязанности координатора
- должностная инструкция веб-дизайнера
- литература по разработке фирменного стиля
- должностная инструкция менеджера по производству
- должностная инструкция менеджера по продажам
- креативный директор
- востребованные профессии в 2020 году

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее популярные и частые поисковые запросы касаются востребованных профессий до 2020 г., должностные инструкции по специальностям в области маркетинговых коммуникаций, а так же списки рекомендуемой литературы по фирменному стилю. Данные запросы сопоставимы с наиболее активной группой пользователей (25-34 лет), которые в большинстве своем являются специалистами с окончанным средним или высшим образованием, имеющие опыт работы, находящиеся в поиске места работы, изучающие должностные инструкции, либо решившие изменить свою специальность.

#### **4. Популярные разделы/страницы портала:**

Согласно тепловой карте сервиса «Яндекс. Метрика» и модулю статистики системы управления порталом «1С-Битрикс: Бизнес», популярными разделами являются следующие:

1. Обучение (36% переходов);
2. О проекте (32% переходов);
3. Аллея брендов (21% переходов);
4. Остальные разделы и рубрики (11%).

Таким образом, согласно данным, наиболее популярными («кликабельными») разделами являются Обучение, О проекте, Аллея брендов. Значит, следует развивать по контентному содержанию и по «видимости» поисковикам разделы Профессия и Работа.

В целом, анализ пользовательской активности и их информационной потребности позволил выявить слабые стороны портала, которые потенциально интересны представителям целевых групп. Недостаточно полон или полностью отсутствует контент, удовлетворяющий информационные потребности таких возрастных групп: 35 – 44 лет (10,06%), 45 лет и старше (7,39%), младше 18 лет (3,87%).

#### **Список литературы:**

1. [http://www.searchengines.ru/articles/analiz\\_povedeniya\\_polzovataley.html](http://www.searchengines.ru/articles/analiz_povedeniya_polzovataley.html) (дата доступа: 23.03.2014).
2. [http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/23428](http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23428) (дата доступа: 23.03.2014).
3. [http://official.academic.ru/8302/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F\\_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C](http://official.academic.ru/8302/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) (дата доступа: 23.03.2014).
4. <http://www.arisfera.ru/glossary/web/Polzovatel.html> (дата доступа: 23.03.2014).

5. <https://metrika.yandex.ru/> (дата доступа: 24.03.2014).

© Соколова А.С., 2014  
*Дата публикации: 23.05.2014*