

ВЕБАНАЛІТИКА

Кафедра економічної кібернетики

Факультет інформаційних технологій

Лектор	Костенко Інна Сергіївна
Семестр	6
Освітній ступінь	Бакалавр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Екзамен
Аудиторні години	45 (15 год лекцій, 30 год лабораторних)

Загальний опис дисципліни

Дисципліна “Вебаналітика” націлена на послідовне набуття студентами навичок роботи з системами веб-аналітики, оволодіння основами збору та аналізу даних, розуміння ключових метрик цифрового бізнесу. Контент навчального курсу побудований таким чином, щоб поступово занурити студента в світ аналізу даних, тобто від простого до складного: на самому початку це знайомство з поняттями офлайн та онлайн конверсій бізнесу, формування бізнес-стратегії на зрозумілих реальних прикладах, початок роботи з інструментами веб-аналітики, їх налаштування, а по завершенню розуміння логіки пошукових алгоритмів, створення аналітичних звітів, дашборду та прогнозування KPI цифрового бізнесу.

Структурно курс розбитий на 7 тем, кожна з яких містить в собі 4-6 питань та обов'язково огляд в кожній з тем різних інструментів веб-аналітики таких, як Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console тощо. В курсі розглянуто методологію стратегічного управління бізнесом Canvas, наведено взаємозв'язок бізнес-показників з інтернет-аналітикою. Представлено як за допомогою звітів визначити KPI для бізнесу, сформувавши input та output задачу для відслідкування ефективності діяльності ресурсу, які метрики доречні для відслідкування на різних рівнях воронки продажів, як за допомогою цього можна оптимізувати бюджет. Наведено особливості формування конкурентного аналізу веб-сайтів на основі відкритих метрик цифрового бізнесу (Similarweb, Alexa, Semrush, Serpstat, Moz, Majestic, Seoquick). Значну частку навчального матеріалу складає робота з Google Analytics (для налаштування збору даних з власного навчального сайту). Представлені практичні приклади статистичного аналізу даних та візуалізації в середовищі прикладного програмного забезпечення Power BI, Excel, Googlesheets, Data Studio. Розглянуто методику та прикладні аспекти A/B-тестування (на основі Google Optimize, Google Ads та Facebook Ads).

У результаті вивчення дисципліни студент набуває знань і прикладних навичок в основах веб-аналітики: розуміння головних аспектів аналізу поведінки користувачів та трафіку на веб-ресурсах, знання методик визначення ефективності цифрового бізнесу, розуміння переваг інструментів веб-аналітики для зміцнення бізнес-стратегії та ключових аспектів для формування інформаційної стратегії, прикладні навички роботи з інструментами веб-аналітики для автоматизованого збору вхідних даних, скрізної аналітики та візуалізації даних.

Теми лекцій:

Тема 1. Введення в екосистему веб-аналітики: роль в формуванні бізнес-стратегії

Тема 2. Цілі, задачі, KPI веб-ресурсу в контексті формування бізнес-стратегії. Їх особливості постановки при застосуванні е-інструментів та проведенні конкурентного аналізу.

Тема 3. Особливості формування органічного трафіку та SEO вебресурсів (технічний аудит, семантичне ядро та Linkbuilding як інструменти пошукової оптимізації URL (веб-посилання) (частина 1), особливості формування органічного трафіку та SEO вебресурсів. Аналіз семантичного ядра як основа формування інтернет-трафіку та напрямів просування веб-ресурсів (частина 2))

Тема 4. Знайомство з системами збору аналітики для веб- сайтів: Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console та інше ПЗ.

Тема 5. Google Analytics Universal & Google Analytics 4 : основні принципи роботи сервісів та налаштування функціоналу

Тема №6. Аналіз ефективності діяльності веб-ресурсу та наскрізна аналітика (Частина 1 - Експорт даних та корисні функції в Google таблиці, налаштування наскрізної аналітики, Частина 2 - Бізнес-аналіз та прогнозування KPI цифрового бізнесу. Основи А/ В тестування, формування dashboard, ключові показники для прогнозування, методи та моделі прогнозування KPI веб-ресурсу, Частина 3 - Особливості відслідкування ефективності рекламних кампаній та код ретаргетингу Pixel (Особливості формування аналітики в соціальних мережах (огляд менеджера аналітики в Facebook, YouTube, Instagram, встановлення Піксель Facebook)

Тема №7. Аналітика даних в Data Studio та Power BI (обробка та візуалізація даних в Data Studio, Power BI

Теми лабораторних занять:
(семінарських, практичних, лабораторних)

Лабораторна робота №1. Конкурентний аналіз веб-ресурсу на основі відкритих метрик: визначення конверсій та KPI веб-ресурсу для формування бізнес-стратегії.

Лабораторна робота №2. Основні підходи в формуванні джерел трафіку веб-ресурсу. UTL-мітки

Лабораторна робота №3. Робота з семантичним ядром

Лабораторна робота №4. Технічний аудит та лінкбїлдінг в формуванні трафіку

Лабораторна робота №5. Знайомство з Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console. Налаштування автоматизованого збору інформації

Лабораторна робота №6-7. Налаштування функціоналу в Google Аналітиці (Google Analytics Universal & Google Analytics 4)

Лабораторна робота №8 . KPI інтернет-ресурсів: експорт та імпорт даних, функціонал для проведення розрахунів, наскрізна аналітика

Лабораторна робота №9. Найпростіші моделі для прогнозування KPI цифрового бізнесу

Лабораторна робота №10. Аналіз та візуалізація даних (на прикладі Power BI та Data Studio)
