



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Веб-аналітика та основи таргетингу»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр
для студентів всіх спеціальностей
загальноуніверситетська вибіркова дисципліна

Рік навчання 4, семестр 7
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 3
Мова викладання: українська

Лектор курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Костенко Інна Сергіївна,
Старший викладач кафедри економічної
кібернетики

<https://docs.google.com/document/d/1n3tJLZDTYxlQYt1ATZ4y1kDVs30n0dlQWWbRgIgQc6U/edit?usp=sharing>

Кафедра економічної кібернетики,
корпус. 15, к.221, тел. 5278567
e-mail kostenkois@nubip.edu.ua



ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна “Веб-аналітика та основи таргетингу” націлена на послідовне набуття студентами навичок роботи з системами веб-аналітики, розуміння ключових метрик цифрового бізнесу, знайомством з основами таргетингу, визначення портрету цільової аудиторії (ліда) з метою підвищення інтернет-реклами. 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 конверсіями бізнесу, формування бізнес-стратегії на зрозумілих реальних прикладах, вивчення основ таргетингу, початок роботи з інструментами веб-аналітики, їх налаштування, а по завершенню - створення аналітичних звітів в Google Аналітиці та робота з Ads Менеджером та Google Ads.

Структурно курс розбитий на 7 тем, кожна з яких містить в собі огляд різних інструментів веб-аналітики таких, як Google Analytics 4, Google Ads, Facebook Ads тощо. Також будуть розглянуті відкриті сервісами веб-аналізу типу Similarweb, Semrush, Serpstat, Moz, Majestic, Seoquick тощо.

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, прикладні навички роботи з інструментами веб-аналітики для автоматизованого збору вхідних даних, скріпної аналітики та візуалізації даних.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години *	Результати навчання	Завдання**	Оцінювання
Змістовий модуль 1. Введення в екосистему веб-аналітики				
Тема 1. Введення в екосистему веб-аналітики: основні метрики та роль таргетингу	2/4/14	Вміти визначати офлайн та онлайн конверсії в цифровому бізнесі, цілі та KPI для веб-проекту. Розуміти джерела трафіку та принципи роботи пошукових алгоритмів. Формувати портрет цільової аудиторії за допомогою інструменту Miro.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 10
Тема 2. SEO, PPC, SMM. Особливості формування веб-аналітики для сайтів.	2/4/14	Знати сучасні тренди в цифровому бізнесі. Розуміти напрями роботи фахівців в веб-аналітиці. Застосовувати Google Trends та Google Ads для збору семантичного ядра та кластеризації запитів. Формувати мапап структури сайту.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 20
Тема 3. Конкурентний аналіз веб-сайтів на основі відкритих сервісів веб-аналітики.	2/4/14	Здійснювати конкурентний аналіз на базі рейтингових оцінок веб-сайтів за категоріями. Знати специфіку Similarweb, Semrush, Serpstat, Moz, Majestic, Seoquick при аналізі сайтів.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 10
Тема 4. Сервіси Google для аналітики сайтів. Робота з Google Analytics.	2/4/14	Знати інструменти Google для збору даних - Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console, PageSpeed Insights та інше спеціальне ПЗ. Мати практичні навички налаштування Google Analytics. Знати типові звіти в системах веб-аналітики.	Виконання лабораторної роботи	10
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	30
Підсумковий рейтинг за змістовий модуль 1				100
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти формування веб-аналітики та таргетингу				
Тема 5. Особливості веб-аналітики за умов використанням інтернет-реклами. Робота з Google Ads.	2/4/14	Вміти налаштовувати профіль в Google Ads. Формувати типові звіти в системі веб-аналітики. Знати сучасні тренди щодо застосування реклами в Youtube.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 10
Тема 6. Особливості веб-аналітики соціальних мереж	2/4/14	Знати сучасні тренди щодо застосування реклами в соціальних мережах. Вміти налаштовувати профіль в Ads Менеджер для Facebook. Формувати типові звіти в системі веб-аналітики.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 10
Тема 7. Веб-аналітика – ключові компетенції і тренди	2/4/14	Розуміти напрями роботи фахівців в веб-аналітиці. Знати роль UX та UI дослідження, формування контент-плану. Вміти визначати основні напрями просування Digital продукту та KPI в цифровому бізнесі.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 10
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	30
Підсумковий рейтинг за змістовий модуль 2				100
Всього за семестр				70
Екзамен			Тест, теоретичне питання, задача	30
Всього за курс				100

* лекції / лабораторні, практичні, семінарські / самостійні роботи

** Неформальна on-line освіта на основі MBOK Coursera.org та може бути зарахована як результат виконання самостійних робіт

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Дедлайни визначені в ЕНК. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час самостійних робіт, тестування та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в дистанційній on-line формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	Екзаменів	Заліків
90-100	Відмінно	зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано