



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Інтернет-аналітика»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 4, 120 годин (30/30/60) – 2019 рік вступу

Кількість кредитів ЄКТС 5, 150 годин (30/30/90) – 2020 рік вступу

Кількість кредитів ЄКТС 6, 180 годин (30/30/120) – 2021 рік вступу

Мова викладання: українська

Лектор курсу

**Контактна інформація
лектора (e-mail)**

**Костенко Інна Сергіївна,
Старший викладач кафедри економічної
кібернетики**

<https://docs.google.com/document/d/1n3tJLZDTYxIQYt1ATZ4y1kDVs30n0dlQWWbRgIgQc6U/edit?usp=sharing>

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



ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна “Інтернет-аналітика” націлена на послідовне набуття студентами навичок роботи з системами веб-аналітики типу Google Analytics Universal, Google Analytics 4, а також окремими розділами в Google Search Console, Google Ads та Facebook Ads, відкритими сервісами типу Google Trends, Similarweb, Alexa, Semrush, Serpstat, Moz, Majestic, GemiusAudience, Seoquick, 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, особливостей налаштування рекламних кампаній, відслідкування КРІ, створення аналітичних звітів, дашборду та прогнозування КРІ цифрового бізнесу.

Метою викладання дисципліни є формування у студентів знань та навичок використання інструментів веб аналізу для оптимізації веб ресурсів. Інтернет-аналітика : статистика, тенденції, абсолютні і відносні показники; аналіз відвідуваності сайту, аналіз юзабіліті, аналіз поведінки відвідувачів на сторінці, визначення конверсійних шляхів відвідувачів сайту; бенчмаркінг — порівняння із загальними тенденціями і з конкурентами з допомогою незалежних дослідників.

Структурно курс розбитий на 15 тем, кожна з яких містить в собі 4-7 питань та обов'язково огляд в кожній з тем різних інструментів веб-аналітики. В курсі розглянуто методологію стратегічного управління бізнесом Canvas, наведено взаємозв'язок бізнес-показників з інтернет-аналітикою. Представлено як за допомогою звітів визначити КРІ для бізнесу, сформувати 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 (бенчмаркінг). 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 А/В-тестування (на основі Google Optimize, Google Ads та Facebook Ads).

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

Перелік компетентностей за ОП (2019 рік - ВБ 2.3.2):

Загальні компетентності (ЗК)

• ЗК2-Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

• ЗК3- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

• ЗК5- Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

• ЗК12-Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

• ЗК13-Здатність працювати в міжнародному контексті

Фахові компетентності спеціальності (СК)

• СК11-Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Обов'язкові компоненти -забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)

• ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

• ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу

• ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів

• ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

• ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Перелік компетентностей за ОП 2020, 2021 р. р. (2020 р. - ВБ 2.5, 2021 р. -ВК 2.4):

Загальні компетентності (ЗК)

• ЗК2-Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

• ЗК3- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

• ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

• ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

• ЗК11. Здатність працювати в команді.

• ЗК12-Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

• ЗК13-Здатність працювати в міжнародному контексті

Фахові компетентності спеціальності (СК)

• СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

• СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

• СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

• СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

• СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

• СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

• СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

• СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Обов'язкові компоненти - Програмні результати навчання (ПРН):

- ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

- ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

- ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

- ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

- ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

- ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

- ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

- ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

- ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

Вибіркові компоненти- Програмні результати навчання (ПРН):

- ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

- ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

- ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей.

- ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.

- ПРН 24 Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи.

- ПРН 25. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнесплани .

- ПРН 29. Налаштовувати таргетовану рекламу, розробляти SMM-стратегії та використовувати контент-маркетинг в SMM, управляти репутацією бренду в ключових соціальних мережах.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години*	Результати навчання	Завдання**	Оцінювання
Змістовий модуль I. Введення в екосистему веб-аналітики				
Тема 1. Введення в інтернет-аналітику роль в формуванні бізнес-стратегії	Див.роб. прог. відповід ного року	Знати: ключові показники для формування бізнес-стратегії компанії, основні принципи роботи бізнесу в інтернеті та напрями просування веб-ресурсів. Вміти визначати офлайн та онлайн конверсії в цифровому бізнесі, цілі та KPI для веб-проекту. Розуміти методи та технології стратегічного управління бізнесом. Застосовувати для аналізу ROI, ROMI, SAS, CPC, CPO, CPA, CPL, CPF, CTR,DPP, EPS, LTV, GM. Знайомство з Business Model Canvas.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	15 -
Тема 2. Цілі, задачі, KPI веб-ресурсу в контексті формування бізнес-стратегії. Їх особливості постановки при застосуванні е-інструментів та проведенні конкурентного аналізу.	Див.роб. прог. відповід ного року	Розуміти джерела трафіку та принципи роботи пошукових алгоритмів, поняття гуглбобінгу. Розуміти технічні та аудиторні KPI, роль cookies. Розрізняти PPC, SMM та SEO в цифровому бізнесі. Здійснювати конкурентний аналіз на базі рейтингових оцінок веб-сайтів за категоріями.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	5 -
Тема 3. Аналіз семантичного ядра як основа формування інтернет-трафіку та напрямів просування веб-ресурсів	Див.роб. прог. відповід ного року	Розуміти особливості формування органічного та платного трафіку. Застосовувати Google Trends, Google KeyWord Planner (планувальник ключових слів в Google Ads). Здійснювати підбір та кластеризацію семантичного ядра відповідно до посадкових сторінок сайту, формувати графічну структуру сайту та застосовувати мінус-слова. Робота з Google Ads	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 5
Тема 4. Особливості SEO вебресурсів: Sitemap та технічний аудит для пошукової оптимізації та формування органічного трафіку	Див.роб. прог. відповід ного року	Розуміти особливості пошукової оптимізації. Робота з PageSpeed Insights, Moz , Majestic, Seoquick. Вміти здійснювати технічний аудит веб-сайту та його вплив на LTV (основи). Знати напрями внутрішньої та зовнішньої оптимізації веб-сайтів. Знати технічні показники, що відповідають за продуктивність веб-сайтів	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 -
Тема 5. Особливості SEO вебресурсів: роль Linkbulding для пошукової оптимізації та формування органічного трафіку	Див.роб. прог. відповід ного року	Розуміти особливості пошукової оптимізації та вплив лінкбїлдингу. Знати основи формування стратегії зовнішньої оптимізації веб-сайтів на прикладі лінкбїлдингу. Вміти формувати посилкову масу із зовнішніх джерел (лінкбїлдинг) за допомогою методу мозгового штурму, даних конкурентного аналізу та рекомендацій пошукових систем із застосуванням чекінгу в Similarweb, Alexa, Semrush, Serpstat.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 -
Тема 6. Знайомство з системами збору аналітики для веб-сайтів: базові основи збору даних трафіку в інтернет-аналітиці, Google Tag Manager та інтеграція даних з Google Analytics	Див.роб. прог. відповід ного року	Знати Інструменти для збору даних Google Analytics, Google Tag Manager. Здійснювати підключення Google Analytics, Google Tag Manager, синхронізацію акаунтів даних додатків між собою. Формування змінної, тегу в Google Tag Manager для відслідкування всіх подій на навчальному сайті.	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи**	5 7
Тема 7. Знайомство з системами збору	Див.роб. прог.	Знати Інструменти для збору даних Google Analytics, Google Search Console та інші	Виконання лабораторної роботи	5

Тема	Години*	Результати навчання	Завдання**	Оцінювання
аналітики для веб-сайтів: Google Search Console для аналізу органічного трафіку, інтеграція даних з Google Analytics	відповідного року	спеціальне ПЗ. Розуміти особливості застосування зовнішніх систем веб-аналітики. Здійснювати підключення Google Analytics, Google Search Console до навчального веб-сайту та виконувати синхронізацію акаунтів даних додатків між собою. Перевірка індексування навчального сайту в Google Search Console	Виконання самостійної роботи**	7
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	30
Підсумковий рейтинг за змістовий модуль 1				100
Змістовий модуль 2. Базові інструменти для формування веб-аналітики				
Тема 8. Google Analytics Universal: основні принципи роботи сервісів та налаштування функціоналу	Див.роб. прог. відповідного року	Знати типові звіти в Google Analytics. Вміти виконувати налаштування цілей та подій, формувати звіти та зведення, створювати фільтри, сегменти, оповіщення, замітки, розуміти особливості імпорту та експорту даних в Google Analytics. Використовувати принципи побудови та використання структури UTM-міток.	Виконання лабораторної роботи	25
Тема 9. Google Analytics 4 : основні принципи роботи сервісів та налаштування функціоналу (Migrate from Universal Analytics to Google Analytics 4)	Див.роб. прог. відповідного року		Виконання самостійної роботи	-
Тема 10. Аналіз ефективності діяльності веб-ресурсу та наскрізна аналітика: експорт, імпорт даних та інші корисні функції для розрахунку КРІ	Див.роб. прог. відповідного року	Знати типові звіти в системах наскрізної аналітики . Вміти виконувати Імпорт та експорт даних в Google Analytics, розуміти роль Google BigQuery та API Google Analytics. Знати особливості інтеграції даних та створення звіту в Googlesheets. Використосувати спеціальні функції для обробки даних в Excel, Googlesheets.	Виконання лабораторної роботи	15
Тема 11. Аналіз ефективності діяльності веб-ресурсу та наскрізна аналітика: особливості застосування КРІ для різних веб-ресурсів та формування наскрізної аналітики	Див.роб. прог. відповідного року		Виконання самостійної роботи	5
Тема 12. Бізнес-аналіз та прогнозування КРІ цифрового бізнесу: концептуальні засади А/В тестування та його необхідність в бізнес-аналізі, базові моделі та показники для прогнозування	Див.роб. прог. відповідного року		Знати концептуальні засади, логіку застосування (на прикладі Google Optimize, Google Ads, Facebook) та основні статистичні показники в А/ В тестуванні (математичне очікування, медіана, розподіл вибірки, дисперсія, варіація, статистична значущість). Використосувати спеціальні функції для обробки даних в Excel, Googlesheets та прогнозування КРІ.	Виконання лабораторної роботи
Тема 13. Аналітика даних в Data Studio	Див.роб. прог. відповідного року	Знати особливості застосування Data Studio та Power BI. Вміти імпортувати дані на основі різних офлайн та онлайн джерел (на прикладі приєднання Google Analytics та офлайн документів тип csv, xlsx), формувати розрахункові показники, застосовувати	Виконання лабораторної роботи Виконання самостійної роботи	10 15

Тема	Години*	Результати навчання	Завдання**	Оцінювання
Тема 14. Аналітика даних в Power BI	Див.роб. прог. відповідного року	багаторівневі фільтри та формувати динамічні dashboards. Вміти формувати експортувати дані з типових звітів систем аналітики Facebook, Instagram, Youtube.		
Тема 15. Особливості відслідкування ефективності рекламних кампаній та ретаргетинг з застосуванням Pixel	Див.роб. прог. відповідного року	Розуміти особливості відслідкування ефективності рекламних кампаній в Google Ads та соціальних мережах (параметри збору даних Facebook, YouTube, Instagram). Вміти встановлювати код ретаргетингу Pixel. Робота з Ads Manager в Facebook. Особливості налаштування Google Ads при налаштуванні аналітики в YouTube.	Виконання лабораторної роботи	5
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	30
Підсумковий рейтинг за змістовний 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 Google 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