

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана соціологічного факультету  
В'ячеслав НІКУЛІН



«30» серпня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Практикум з веб-аналітики»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень вищої освіти

галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 054 – Соціологія

освітня програма Цифровий соціум

спеціалізація \_\_\_\_\_

вид дисципліни обов'язкова

факультет соціологічний

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

«26» червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Болотова Вікторія Олександрівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «07» червня 2024 року № 11

Завідувачка кафедри  
прикладної соціології  
та соціальних комунікацій



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми  
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»



Гарант освітньої програми

(підпис)

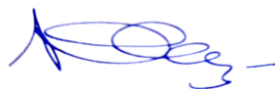
Лариса ХИЖНЯК

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «24» червня 2024 року № 8

Голова науково-методичної комісії



(підпис)

Юлія СОРОКА

(прізвище та ініціали)

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Практикум з веб-аналітики» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності – 054 Соціологія освітньої програми – Цифровий соціум

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є отримання студентами базових знань про вимір, збір, аналіз, інтерпретацію та подання інформації про відвідувачів веб сайтів з метою поліпшення та оптимізації останніх. На підставі веб-аналітики визначається інтернет-аудиторія і вивчається поведінка відвідувачів сайтів для прийняття рішень з розвитку і розширенню функціональних можливостей інтернет-ресурсу.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- Формування необхідних навичок та вмінь у студентів для визначення ступеню відповідності сайту поставленим цілям
- Вміння оцінити кількість і якість притягається трафіку. Відзначити найбільш ефективні і рентабельні джерела трафіку.
- Формування основ про юзабіліті для виявлення проблемних місць на сайті
- Розвиток у студентів уміння знайти потенціал для збільшення конверсії сайту.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1-й	1-й
Лекції	
-	4 год.

Практичні, семінарські заняття	
32 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
88 год.	112 год.
Індивідуальні завдання	
-	-

6. Згідно до вимог освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Інтегральна компетентність:

ІК Здатність розв'язувати складні теоретичні та практичні проблеми оптимізації інституціональних та комунікативних процесів у цифровому суспільстві, у нестандартних ситуаціях що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, із застосуванням відповідних інформаційно-комп'ютерних технологій.

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Фахові компетентності:

ФК 1. Здатність аналізувати соціальні явища і процеси.

ФК 6. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями.

ФК 7. Здатність розробляти та оцінювати соціальні проекти і програми.

ФК 11. Здатність підвищувати та реалізовувати цифрову грамотність, ефективно використовувати комплекс базових інформаційно-комунікативних технологій у професійній діяльності при організації індивідуальної та командної роботи, а також при прийнятті управлінських рішень.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Аналізувати соці-альні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології.

ПРН 2. Здійснювати діагностику та інтерпретацію соціальних проблем українського суспільства та світової спільноти, причини їхнього виникнення та наслідки.

ПРН 3. Розробляти і реалізовувати соціальні та міждисциплінарні проекти з урахуванням соціальних, економічних, правових, екологічних та інших аспектів суспільного життя.

ПРН 4. Застосовувати наукові знання, соціологічні та статистичні методи, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язування задач соціології та суміжних галузей знань.

ПРН 5. Здійснювати пошук, аналізувати та оцінювати необхідну інформацію в науковій літературі, банках даних та інших джерелах.

ПРН 7. Вирішувати етичні дилеми відповідно до норм професійної етики соціолога та загально-людських цінностей.

## **2. Тематичний план навчальної дисципліни**

### **ТЕМА 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВЕБ-АНАЛІТИКИ.**

Області дії веб-аналітики. Аналіз відвідуваності сайту: статистика, тенденції, абсолютні та відносні показники. Аналіз даних з електронної торгівлі: середній чек, популярні товари, дохід в розрізі каналів залучення трафіку. Аналіз юзабіліті: аналіз щільності клацань, конверсійних шляхів відвідувачів по сайту, аналіз скролінгу. Аналіз поведінки відвідувачів на сторінці: взаємодія з формами, вчинення мікро і макро конверсій. Бенчмаркінг. Порівняння з загальними тенденціями і з конкурентами за допомогою незалежних платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).

Наскрізна аналітика. Відстеження повного шляху користувача від перегляду реклами до завершення угоди. Відстеження повторних продажів та LTV. Юзабіліті дослідження в веб-аналітиці. Аналітика та SEO. Інструменти та сервіси для аналізу ефективності SEO.

### **ТЕМА 2 ПОЧАТОК РОБОТИ З GOOGLE ANALYTICS ТА ОСНОВНІ НАЛАШТУВАННЯ**

Реєстрація акаунта. Структура акаунта. Установка коду на сайт. Google Tag Assistant. Блокувальник Google. Page Analytics. Інтерфейс Google Analytics

Регулярні вирази. Управління доступом. Налаштування ресурсу. Налаштування відстеження. Налаштування уявлення. Виключення fbclid з параметра запиту URL.

### **ТЕМА 3. ПРИНЦИПИ РОБОТИ GOOGLE ANALYTICS**

Термінологія веб-аналітики. Основні параметри і показники Google Analytics. Показник відмов, шлях кліка, хіти, унікальні відвідувачі, сеанс, час взаємодії, час перегляду сторінки, теплова карта.

Механізм збору даних у Google Analytics. Визначення цільових дій на сайті і ключових показників ефективності (KPI). Способи аналізу даних. Системи метрик. Популярні лічильники аналітики



Відстеження конкретних цілей за допомогою веб-аналітики. Ефективність рекламних кампаній в мережі інтернет. Оптимізація рекламних кампаній. Ключові терміни визначення ефективності у веб-аналітиці. Формули ефективності інтернет реклами: cpc, cpm, ctb, cta, ctr. Економічна ефективність реклами. Рентабельність рекламних кампаній. Оцінка ефективності просування сайту. Воронка продажів. Ефективність воронки продажу на різних етапах. UTM-мітки. Основні параметри UTM-міток. Правила створення UTM-міток.

#### **ТЕМА 4 ПОДАННЯ ТА РЕСУРС**

Пошук по сайту. Цілі. Розумні цілі. Події. Відстеження заповнення полів форми. Групи контенту. Фільтри. Налаштування електронної торгівлі. Обчислювані показники. Сегменти. Нотатки (анотації). моделі атрибуції

Власні групи каналів. Мої оповіщення. Планова розсилка. Збережені звіти. Відкрити доступ до об'єктів

Збереження даних. User ID. Приклад відстеження User ID. Зв'язок Google Analytics і Google Ads (Google Реклама). Зв'язок Google Analytics і Google Search Console. Налаштування аудиторії. Динамічний ремаркетинг і динамічні атрибути. Призначені для користувача визначення (спеціальні параметри та показники). User-agent - «Hello World» для веб-аналітиків. Імпорт даних. Ручний імпорт витрат по SEO та іншими джерелами. Дані про повернення коштів.

#### **ТЕМА 5 СПЕЦІАЛЬНІ ЗВІТИ, ЗВІТИ «В РЕЖИМІ РЕАЛЬНОГО ЧАСУ», ЗВІТИ «ДЖЕРЕЛА ТРАФІКУ»**

Огляд спеціальних звітів. Зведення. Мої звіти. Збережені звіти. спеціальні оповіщення.

Огляд звітів «в режимі реального часу». Місця розташування. Джерела трафіку. Контент. Події. Конверсії.

Огляд звітів «джерела трафіку». Весь трафік. Google Реклама. Search Console. Соціальні мережі. Кампанії.

#### **ТЕМА 6 ЗВІТИ «АУДИТОРІЯ», «ПОВЕДІНКА» ТА «ПЕРЕХОДИ»**

Огляд звітів «аудиторія». Активні користувачі. Загальна цінність. Когортний аналіз.

Аудиторії. Статистика по користувачам. Демографічні дані. інтереси  
 Географія. Поведінка. Імовірність конверсії. Дозвіл сеансу. Технології.  
 Мобільні пристрої. Порівняння. шляхи користувачів

Огляд звітів «поведінка». Карта поведінки. Контент сайту. Швидкість завантаження сайту. Пошук по сайту. Події. експерименти

Цілі аналізу звітів «Переходи». Електронна торгівля. Багатоканальні послідовності. Атрибуція. Візуалізація даних Google Analytics Edge. Google Analytics Spreadsheet Add-on (Google Таблиці). Google Data Studio. Microsoft Power BI. Tableau.

## **ТЕМА 7. ЗАСТОСУВАННЯ ВЕБ-АНАЛІТИКИ ПІД ЧАС АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Огляд популярних соціальних мереж: Facebook, Instagram, YouTube. Інструменти для збору статистики соціальних мереж. Аналіз інформації із соціальних мереж. Віджети соціальних мереж. Підвищення лояльності цільової аудиторії. Аудит та аналіз конкурентів. Медійне охоплення. Показники залученості аудиторії. Динаміка приросту аудиторії. Ефективність проведення активностей та рекламних кампаній. Участь цільової аудиторії в ланцюжку продажів. Facebook. Analytics Інструмент Facebook Pixel. Основні розбивки та метрики. Додавання відстеження подій в піксель Facebook. Відстеження поведінки відвідувачів у воронці продажів. Аналітика YouTube. Основні метрики ефективності відео. Аналіз ефективності відео та додаткових елементів: субтитри, коментарі, заставка, підказки.

### **3. Структура навчальної дисципліни**

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усь ого	у тому числі					усь ого	у тому числі				
		л	п	ла б	ін д	с.р		л	п	лаб	інд	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Мета та завдання веб-аналітики.	19	-	6	-	-	13	18	2	-	-	-	16
Тема 2. Початок роботи з google	17	-	4	-	-	13	17	1	-	-	-	16



analytics та основні налаштування												
Тема 3 Принципи роботи google analytics	19	-	6	-	-	13	17	1	-	-	-	16
Тема 4 Подання та ресурс	17	-	4	-	-	13	17	-	1	-	-	16
Тема 5 Спеціальні звіти, звіти «в режимі реального часу», звіти «джерела трафіку»	17	-	4	-	-	13	17	-	1	-	-	16
Тема 6 Звіти «аудиторія», «поведінка» та «переходи»	17	-	4	-	-	13	17	-	1	-	-	16
Тема 7. Застосування веб-аналітики під час аналізу соціальних мереж	18	-	4	-	-	14	17	-	1	-	-	16
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>-</b>	<b>32</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>88</b>	<b>120</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>112</b>

#### 4. Теми семінарських занять

Назва теми	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
Тема 1. Мета та завдання веб-аналітики.	6	-
Тема 2. Початок роботи з google analytics та основні налаштування	4	-
Тема 3 Принципи роботи google analytics	6	-
Тема 4 Подання та ресурс	4	1
Тема 5 Спеціальні звіти, звіти «в режимі реального часу», звіти «джерела трафіку»	4	1
Тема 6 Звіти «аудиторія», «поведінка» та «переходи»	4	1
Тема 7. Застосування веб-аналітики під час аналізу соціальних мереж	4	1
<b>Всього</b>	<b>32</b>	<b>4</b>

#### 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
1	Підготовка до усних відповідей	14	10
2	Підготовка практичних завдань (одним з яких є контрольна робота за планом)	60	80
3	Підготовка до залікового тесту	18	18
	Разом	88	112

#### 6. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання не передбачено навчальним планом.

#### 7. Методи навчання

На заняттях розглядаються найбільш важливі аспекти тем, які входять до програми курсу із застосуванням мультимедійних засобів навчання та персональних комп'ютерів.

У разі застосування дистанційного або змішаного навчання, студентам надаються презентації матеріалу, що вивчається, відеообзори представляються на базі платформи Zoom та дублюються у Google Classroom.

Не семінарських заняттях відбувається виконання практичних завдань, аналіз кейсів, ігрове моделювання, які сприяють отриманню практичних навичок та розвитку творчого мислення.

У разі застосування дистанційного або змішаного навчання, студенти виконують практичні роботи та представляють їх під час занять, які проводяться

на базі платформи Zoom, виконані завдання також прикріплюються до Google Classroom.

Поглиблена самостійна робота включає вивчення додаткової літератури, підготовку практичних завдань з подальшим груповим обговоренням, на семінарах.

## **8. Методи контролю**

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань та контрольна робота.

Поточний контроль – виконання тестових завдань; оцінювання якості виконаних завдань на семінарських заняттях та завдань для самостійної роботи, оцінювання ступеню активності студентів під час обговорення аналітичних практичних завдань.

Підсумковим контролем знань є залік (у формі виконання тестових завдань). Залік у вигляді тесту може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби). Тест може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom або Moodle). Використання Google Classroom або Moodle можливо і під час аудиторного виконання залікового тесту.

## **9. Схема нарахування балів**

### **Денна форма навчання**

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання							Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7			
10	5	5	5	5	5	5	20	40	100
Обов'язковий мінімум для допуску до іспиту 30 балів, в тому числі виконання контрольної роботи, яка передбачена навчальним планом									

## Заочна форма навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання					Залік	Сума
T1	T3	T5	T7	Контрольна робота, передбачена навчальним планом		
T2	T4	T6				
10	10	10	10	20	40	100
Обов'язковий мінімум для допуску до іспиту 30 балів, в тому числі виконання контрольної роботи, яка передбачена навчальним планом						

### Критерії оцінювання поточного контролю:

<b>Високий рівень</b> 5 балів	Робота студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається, його роботи характеризуються творчим креативним підходом.
<b>Середній рівень</b> 3-4 бали	Робота студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він допускає у роботі деякі несуттєві неточності, його робота не характеризується творчим креативним підходом.
<b>Низький рівень</b> 1-2 бали	Робота студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання.
<b>Незадовільний рівень</b> 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знань теоретичного матеріалу; він не може застосовувати його на практиці; допускає змістовні помилки у виконанні завдань та у відповідях на питання.

### Критерії оцінювання контрольної роботи:

<b>Високий рівень</b> Відповідь повна, змістовна, з однією або двома незначними помилками	Зараховано	17 – 20 балів
<b>Середній рівень</b> Відповідь повна, кількість незначних помилок 3-4 або одна суттєва помилка.		14– 16 балів

<b>Низький рівень</b> Відповідь не досить повна, з декількома суттєвими помилками		10 – 13 балів
<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь не повна, містить багато суттєвих змістовних та фактажних помилок	Не зараховано	1 – 8 бали
<b>Незадовільний рівень</b> Відповідь відсутня та (або) не відповідає суті запитання.		0 балів

### Критерії оцінювання залікового тесту:

<b>Високий рівень</b> 34 - 40 балів	Виконане студентом залікове завдання характеризується вчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 34 до 40.
<b>Середній рівень</b> 27 - 33 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 27 до 33. Або, якщо часові рамки виконання тесту були порушені, то від кількості набраних балів знімається 7 балів.
<b>Низький рівень</b> 19 - 26 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 19 до 26.
<b>Незадовільний рівень</b> 0-18 балів	Виконане студентом залікове завдання має кількість правильних відповідей від 0 до 18. Або відповіді на тест відсутні.

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання (курсова робота)	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

## 10. Рекомендована література

### Основна література

1. Варенко В.М. Основи аналітики: навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 248 с.
2. Introducing the next generation of Analytics, Google Analytics 4 URL: <https://support.google.com/analytics/answer/10089681?hl=en>
3. Introduction to Google Analytics 4. - URL: <https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4>
4. Williams K. What is Google Analytics 4? - URL: <https://ken-williams.com/guide/overview/what-is-google-analytics-4/>
5. Комплексна веб-аналітика: нове життя вашого сайту / Колектив авторів під редакцією Анастасії Крилової. - ТОВ «Інгейт Реклама», 2015. – 384 с.
6. Кошик А. Веб-аналітика 2.0 на практиці. Тонкощі та найкращі методики. - Х., 2019. - 528 с.
7. Бубенець І. Г. Сучасні аспекти цифрового маркетингу: основні показники ефективності / І. Г. Бубенець, Д. М. Сломінцев // Бізнес Інформ. - 2022. - № 11. - С. 271-276.
8. Мудра І. Веб-аналітика як важлива складова успішного функціонування ЗМІ в Інтернеті / І. Мудра // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". - 2018. - № 896.
9. Web-аналітика: що це і як її використовувати? URL: <https://blog.admixer.academy/ua/shcho-take-web-analityka-i-navishcho-vona-potribna/>

### Додаткова література

1. Ніколаєнко І. В. Особливості Інтернет-продажів в B2B-секторі / І. В. Ніколаєнко, В. І. Гальченко // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. - 2021. - № 6. - С. 58-62.
2. Сенченко В. Р. Семантична сумісність процесів складних сценаріїв аналітики / В. Р. Сенченко // Реєстрація, зберігання і оброб. даних. - 2021. - 23, № 3. - С. 48-61.
3. Ханін І. Г. Цифрова економіка: сутність, особливості та глобальні тенденції розвитку / І. Г. Ханін, В. С. Білозубенко, Є. О. Сопін // Бізнес Інформ. - 2021. - № 9. - С. 65-72.
4. Цеслів О. В. Веб-аналітика для підвищення ефективності сайту кафедри вищого навчального закладу / О. В. Цеслів // Бізнес Інформ. - 2013. - № 10. - С. 161-167.
5. Chitkara B., Mahmood S. M. J. Importance of web analytics for the success of a startup business // International Conference on Recent Developments in Science, Engineering and Technology. – Springer, Singapore, 2019. – С. 366-380.
6. Delphiki Julian. Web Analytics & Big Data: Improve Your E-Commerce Metrics, Online Insights to Sell More and Explore the Big Data World. Independently Published, 2020. – 64 p.

7. Gour A., Aggarwal S., Erdem, M. Reading between the lines: analyzing online reviews by using a multi-method Web-analytics approach // International Journal of Contemporary Hospitality Management – 2021.Vol. 33 No. 2, pp. 490-512.
8. Sharma H. K., Choudhury T., Mahdi H. F. Social and Web Analytics: An Analytical Case Study on Twitter Data // Decision Intelligence Analytics and the Implementation of Strategic Business Management. – Springer, Cham, 2022. – С. 135-143.

**Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення**

1. 5 SEO reports in Google Analytics 4 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=I3aT0HZ1jVY>
2. A Super Easy Guide to Google Analytics 4 (GA4) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cF0H6-3aKU0>
3. Analyze Website Visitors with Google Analytics Segments. Online-course. URL: <https://www.coursera.org/projects/analyze-visitors-google-analytics-segments>
4. Google Analytics 4 (GA4) Essential Training URL: <https://www.linkedin.com/learning/google-analytics-4-ga4-essential-training>
5. Google Analytics 4 Audiences (how to create them and where to use them) URL: [https://www.youtube.com/watch?v=7rW\\_QYfm5yU](https://www.youtube.com/watch?v=7rW_QYfm5yU)
6. Google Analytics 4 Segments (how to create and use them) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Zk65ZbJEAXA>
7. GOOGLE ANALYTICS 4 Tutorial - Ultimate GA4 Beginner's Guide URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gjNSEksLxoc>
8. Google Analytics 4 Tutorial for Beginners URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cN1Jcfxi4qs>
9. Google Analytics. Онлайн-курс. URL: <https://buduysvoe.com/navchannya-online/google-analytics>
10. Google Tag Manager Tutorial for Beginners URL: [https://www.youtube.com/watch?v=u\\_x51VJMKZ0](https://www.youtube.com/watch?v=u_x51VJMKZ0)
11. How to set up Google Analytics 4 property + 5 things you must do NOW URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xvt9x2lm5vw>
12. How to Setup GA4 - Tutorial for Beginners URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tFqPGndHXZc>
13. How to Track Events with Google Analytics 4 (Updated in 2022) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RyoMaZ51agA>
14. KPI, веб-аналітика URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CVmUg5yDIDM>
15. Watch Me Create 13 GA4 Audiences URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FqD9YPjHw7Q>
16. Портрет цільового клієнта URL: [https://www.youtube.com/watch?v=I61qAr3\\_hJ8](https://www.youtube.com/watch?v=I61qAr3_hJ8)