

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра методів соціологічних досліджень

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН



_____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Веб-аналітика

рівень вищої освіти — другий (магістерський)

спеціальність — 054 – Соціологія

освітня програма — Соціальні технології

вид дисципліни — за вибором

факультет — соціологічний

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету. Протокол №6 від 28 червня 2023 р.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Даниленко Ігор Віталійович, старший викладач кафедри методів соціологічних досліджень

Програму схвалено на засіданні кафедри методів соціологічних досліджень
Протокол №5 від 22 червня 2023 р.

Завідувач кафедри методів
соціологічних досліджень



Ірина КУЗІНА

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми
Соціальні технології

Гарант освітньої програми
«Соціальні технології»



Людмила СОКУРЯНСЬКА

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету.
Протокол №9 від 26 червня 2023 р.

Голова методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Веб-аналітика» складена відповідно до рівень вищої освіти — другий (магістерський) за спеціальністю 054 – Соціологія.

Спеціальний курс «Веб-аналітика» відіграє важливу роль у сучасній кваліфікаційно-практичній підготовці студентів-соціологів, які можуть бути затребуваними спеціалістами на сучасних підприємствах, в дослідницьких та консалтингових агенціях тощо.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1 Метою представленого курсу є підвищення конкурентоспроможності студентів, через надання знання інструментів для ефективної практичної діяльності у сфері стратегії маркетингу, а саме: засвоєння сутності і змісту маркетингового середовища та його впливу на стратегічну діяльність фірми; опанування методики стратегічного аналізу та його інструментів; ознайомлення з існуючими різновидами маркетингових стратегій та вміння розробляти їх у певній стратегічній ситуації.

1.2 Основними завданнями вивчення дисципліни є засвоєння теоретичних основ та опанування практичних навичок операційної та стратегічної маркетингової діяльності підприємства.

1.3. Кількість кредитів — 4

1.4 Загальна кількість годин — 120

| 1.5. Характеристика навчальної дисципліни | |
|---|-------------------------------------|
| За вибором | |
| Денна форма навчання | Заочна (дистанційна) форма навчання |
| Рік підготовки | |
| 2 -й | -й |
| Семестр | |
| 3 -й | -й |
| Лекції | |
| 16 год. | год. |
| Практичні, семінарські заняття | |
| 14 год. | год. |
| Лекції проводяться за допомогою платформи Google Classroom. Для проведення онлайн-консультацій використовується програма онлайн-зв'язку Zoom. | |
| Самостійна робота | |
| 90 год. | год. |
| Вид контролю іспит | |

1.5 Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні

знати: Основні інструменти інтернет-маркетингу, основні напрямки розвитку маркетингу в мережі Інтернет, аналітичні показники маркетингової діяльності в мережі Інтернет.

вміти: Застосовувати базові навички спеціаліста з інтернет-маркетингу, створювати бізнес-сторінки в соціальних мережах, створювати рекламні розсилки за допомогою сервісів MailChimp, UniSender.

Відповідно до освітньо-професійної програми навчання студентів курс сприятиме формуванню наступних загальних (ЗК) та фахових / спеціальних (СК) компетентностей:

ЗК 02. Здатність працювати автономно.

ЗК 03. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 08. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 11. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 12. Здатність до пошуку, обробки й аналізу інформації з різних джерел.

СК 04. Здатність збирати та аналізувати емпіричні дані з використанням сучасних методів соціологічних досліджень.

СК 10. Здатність знайти соціальні дані у відкритому доступі, здійснити їхнє змістовне структурування й узагальнення.

СК 11. Здатність проаналізувати, представити та проінтерпретувати числові й нечислові соціальні дані.

Відповідними програмними результатами навчання є здатність студентів:

ПР 04. Застосовувати наукові знання, соціологічні та статистичні методи, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язування складних задач соціології та суміжних галузей знань.

ПР 05. Здійснювати пошук, аналізувати та оцінювати необхідну інформацію в науковій літературі, банках даних та інших джерелах.

ПР 10. Здійснювати системний аналіз діяльності організації, інтерпретувати результати й надавати пропозиції та рекомендації щодо вдосконалення її функціонування.

2. Виклад змісту навчальної дисципліни

Тема 1. Інтернет-маркетинг: теоретичні засади діяльності та базові навички спеціаліста.

Тема 2. Контекстна реклама та PPC

Тема 3 . E-mail маркетинг

Тема 4 . SMM

Тема 5 . SEO-просування

Тема 6 . Аналітика інтернет-маркетингу

3. Структура навчальної дисципліни

| Назви розділів і тем | Кількість годин | | | | | | | |
|--|-----------------|--------------|-----------|-----------|--------------|--------------|---|----|
| | Денна форма | | | | Заочна форма | | | |
| | Усього о | у тому числі | | | Усього | у тому числі | | |
| | | л | п | ср | | л | п | ср |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Тема 1. Інтернет-маркетинг: теоретичні засади діяльності та базові навички спеціаліста. | 16 | 2 | 2 | 12 | | | | |
| Тема 2. Контекстна реклама та PPC | 17 | 2 | 2 | 13 | | | | |
| Тема 3. E-mail маркетинг | 18 | 3 | 2 | 13 | | | | |
| Тема 4. SMM | 18 | 3 | 2 | 13 | | | | |
| Тема 5. SEO-просування | 18 | 3 | 2 | 13 | | | | |
| Тема 6. Аналітика інтернет-маркетингу | 33 | 3 | 4 | 26 | | | | |
| Усього годин | 120 | 16 | 14 | 90 | | | | |

4. Теми семінарських (практичних) занять

| № з/п | Назва теми | Кількість годин |
|-------|---|-----------------|
| 1 | Базові навички спеціаліста з інтернет-маркетингу та його інструментарій | 2 |
| 2 | Контекстна реклама та PPC | 2 |
| 3 | E-mail маркетинг | 2 |
| 4 | SMM | 2 |
| 5 | SEO-просування | 2 |
| 6 | Аналітика інтернет-маркетингу | 2 |
| 7 | Презентація студентських проектів | 2 |
| | <i>Усього годин</i> | <i>14</i> |

5. Завдання для самостійної роботи

| № з/п | Види, зміст самостійної роботи | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1 | Засвоїти навички роботи з програмним забезпеченням, а саме: планувальник задач, графічний редактор, майнд-менеджер, сервіси статистики, хмарні сервіси та рішення. | 15 |
| 2 | Google Adwords: створення та налаштування рекламної кампанії. | 15 |
| 3 | Створення рекламних розсилок за допомогою сервісів MailChimp, UniSender тощо. | 15 |
| 4 | Контрольна робота (створення бізнес-сторінок у соціальних мережах, налаштування реклами та чат-ботів). | 15 |
| 5 | Контрольна робота (написання SEO-текстів та підбір ключових запитів). | 15 |
| 6 | Засвоїти інструментарій Google Analytics | 15 |
| | <i>Усього</i> | <i>90</i> |

6. Методи навчання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.

Лекція – систематичний, послідовний виклад навчального матеріалу, будь-якого питання, проблеми, теми тощо. Головні вимоги до навчальної лекції: науковість, доступність, єдність форми й змісту, емоційність викладу, органічний зв'язок з практичними заняттями. Зміст лекцій визначається специфікою навчальної дисципліни та робочою програмою навчальної дисципліни. Лекції з курсу «Веб-аналітика» спрямовані на розкриття теоретичного підґрунтя основних засад проведення маркетингового дослідження, рекламної кампанії, діджитал-аналітики. Теоретичний матеріал супроводжується великою кількістю прикладів із реальної дослідницької практики, які сприяють кращому засвоєнню студентами матеріалу курсу.

Семінарські заняття — форма навчального заняття, при якій викладач організовує детальний розгляд студентами окремих теоретичних та практичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом відповідно сформульованих завдань. Основна увага приділяється перевірці розуміння теоретичного матеріалу та вмінню застосовувати на практиці отриманий теоретичний матеріал.

Самостійна робота студента є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу. Самостійна робота містить підготовку до виконання контрольних робіт.

7. Методи контролю та рейтингової оцінки знань студентів

Форми контролю: письмовий іспит наприкінці курсу, контрольні роботи.

Усна доповідь готується самостійно на основі прочитання джерела зі списку додаткової літератури.

Контрольні роботи — максимальна оцінка 13 балів

Письмовий іспит складається з тестових запитань з варіантами відповіді, теоретичних запитань та практичних завдань. Максимальна оцінка – 40 балів. Умовою допуску до іспиту є виконання контрольних робіт і накопичення студентками й студентами протягом семестру не менше ніж 30 балів загалом.

Кожен з видів роботи (завдань), виконаних здобувачем вищої освіти протягом семестру, оцінюється у відповідності до критеріїв, визначених програмою навчальної дисципліни.

Загальна кількість балів за роботу протягом семестру округлюється до найближчого цілого числа. Здобувачі вищої освіти мають бути ознайомлені з набраними ними балами до початку екзаменаційної сесії.

Питання до іспиту:

- Директ-маркетинг: сутність та основні методи.
- Вимірювання ефективності інтернет-маркетингу основні КРІ
- Воронка продажів та RFM – аналіз
- SEO-просування: основні стратегії застосування та вимірювання ефективності
- SMM: основні стратегії застосування та вимірювання ефективності
- PPC: основні стратегії застосування та вимірювання ефективності
- E-mail – маркетинг: основні стратегії застосування та вимірювання ефективності
- Використання ботів в інтернет-маркетингу

8. Розподіл балів, які отримують студенти

| Поточне тестування та самостійна робота | | | | | | | | Підсумковий семестровий контроль (іспит) | Сума |
|---|----|----|----|----|----|-----|-----|--|------|
| T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | KP1 | KP2 | 40 | 100 |
| 5 | 6 | 6 | 6 | 5 | 6 | 13 | 13 | | |

Оцінка виставляється за такою системою:

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

9. Рекомендована література

Основна література

1. Seth, Godin. Permission marketing: turning strangers into friends, and friends into customers. New York: Simon & Schuster, 1999.
2. Riman, Tarek. The Secret to Capitalizing on Analytics: A Web Analytics Approach for Beginners. 2022.
3. Rahman, Md. Mostafizur. Mastering Web Analytics: A Comprehensive Guide to Website Analytics. 2023.
4. Shellhouse W. Digital Analytics Top 5 FAQ. 2023.
5. Scott, Adam. The Power of SEO and Google Analytics: An Insider's Guide To Unlocking Your Website's Potential. 2023.

Додаткова література

1. Miller, Paul. Google Analytics 4: Implementation Planner. 2022.
2. Falls, Jason; Deckers, Erik. No Bullshit Social Media: The All-Business, No-Hype Guide to Social Media Marketing. Que Publishing, 2011.
3. Dykes, Brent. Web Analytics Action Hero: Using Analysis to Gain Insight and Optimize Your Business. Adobe Press, 2011.
4. Pandey, Sourav. Web Analytics : The Ultimate Guide of Web Analytics. 2020.
5. Er. Shine. Learn Web Analytics: Basics To Advanced. 2019.
6. Довідковий центр GoogleAds: https://ads.google.com/intl/uk_ua/start/resources/learning/
7. Довідка Facebook: <https://www.facebook.com/business/help/>