



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Основи веб-аналітики»

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Освітньо-професійна програма	<i>Маркетинг</i>
Факультет	<i>Кібернетики</i>
Кафедра	<i>Математичного моделювання</i>
Семестр	<i>2</i>
Кількість кредитів	<i>4</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Викладач	<i>ст.в. Близнюк Сергій Віталійович</i>
Контактна інформація	<i>blyzniuk.serhii@megu.edu.ua</i>

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	<p>Предметом вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» є дослідження теоретичних і практичних засад веб-аналітики; аналіз процесів збору, обробки та інтерпретації веб-даних; вивчення поведінки користувачів у мережі Інтернет та оцінювання ефективності функціонування веб-сайтів і інструментів інтернет-маркетингу; формування у здобувачів освіти професійних умінь аналітичного мислення, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та спеціалізованих систем моніторингу, обґрунтованого прийняття маркетингових і управлінських рішень на основі даних веб-метрики та здатності застосовувати інструментарій веб-аналітики у практичній діяльності підприємств і організацій в умовах розвитку електронної комерції.</p>
Мета та цілі	<p>Аналіз основних понять, методів і закономірностей розвитку веб-аналітики в умовах зростання ролі електронної комерції та інтернет-маркетингу: ознайомлення з теоретичними засадами та сучасним практичним інструментарієм моніторингу ефективності веб-ресурсів; формування цілісного уявлення про систему показників і метрик аналізу поведінки користувачів у мережі Інтернет; поглиблення розуміння ролі веб-аналітики в управлінні онлайн-представництвом підприємств, маркетинговими стратегіями просування та підвищенні конверсії; опанування навичок збору, обробки та інтерпретації веб-даних з використанням систем Google Analytics (Universal Analytics та Google Analytics 4) і Google Tag Manager; розвиток аналітичного мислення та здатності приймати обґрунтовані маркетингові й управлінські рішення на основі об'єктивних статистичних даних; осмислення міждисциплінарних зв'язків веб-аналітики з маркетингом, веб-технологіями, електронним бізнесом та прикладним статистичним аналізом.</p>

Результати навчання	У результаті вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» здобувачі освіти набувають здатності розуміти теоретичні засади веб-аналітики та її роль у системі інтернет-маркетингу та електронного бізнесу, пояснювати принципи збору, обробки та інтерпретації веб-даних, використовувати професійну термінологію веб-аналітики та інтернет-комунікацій, застосовувати інструменти Google Analytics (Universal Analytics та Google Analytics 4) і Google Tag Manager для аналізу поведінки користувачів, здійснювати аналіз ключових показників ефективності веб-ресурсів і каналів залучення трафіку, налаштовувати та відстежувати події, конверсії й аудиторії, інтерпретувати результати веб-аналітичних досліджень і формулювати обґрунтовані висновки, використовувати аналітичний підхід на основі даних для прийняття маркетингових і управлінських рішень, а також оцінювати ефективність функціонування сайтів, рекламних кампаній та просування у соціальних мережах.
Soft skills	У процесі вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» у здобувачів освіти формуються такі soft skills: аналітичне та критичне мислення, здатність до логічного аналізу й інтерпретації даних; навички прийняття обґрунтованих рішень на основі фактів та вміння працювати з великими обсягами інформації; комунікативні навички представлення та аргументації результатів аналітичної роботи; здатність працювати в команді, навички самоорганізації та управління часом; адаптивність до змін інформаційно-комунікаційного середовища; відповідальність за результати професійної діяльності та здатність до безперервного навчання.
Пререквізити	Базові знання з дисциплін: «Інформаційно-комунікаційні технології», «Вступ до фаху»

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання	К-сть балів
ТЕМА 1. Введення в веб-аналітику	Сутність веб-аналітики, її мета, завдання та місце в системі цифрового маркетингу. Об'єкт, предмет і методи веб-аналітики. Роль веб-аналітики в управлінні вебресурсами та ухваленні маркетингових рішень. Основні напрями та сфери застосування веб-аналітики	Експрес опитування, тести	5
ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4	Загальна характеристика Google Analytics 4 та передумови його впровадження. Порівняльна характеристика Google Analytics 4 та Universal Analytics. Архітектура та принципи роботи Google Analytics 4. Основні можливості та переваги Google Analytics 4 для аналізу вебданих.	Кейси, практичні завдання	9
ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4	Створення облікового запису та ресурсу Google Analytics 4. Способи встановлення Google Analytics 4 на вебресурс. Первинне налаштування параметрів збору даних у Google Analytics 4. Перевірка коректності	Кейси, практичні завдання	9

	встановлення та налаштування аналітичної системи.		
ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4	Подієва модель даних у Google Analytics 4. Види подій та параметри подій у GA4. Налаштування подій у Google Analytics 4 та через Google Tag Manager. Використання подій для аналізу поведінки користувачів і оцінки ефективності вебресурсів.	Кейси, практичні завдання	9
ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4	Розширені налаштування ресурсу Google Analytics 4. Налаштування подій, конверсій та користувацьких параметрів. Аудиторії, сегментація користувачів та тригери аудиторій у GA4. Атрибуція, моделювання даних та використання прогнозних показників у GA4.	Кейси, практичні завдання	9
ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці	Призначення та структура Google Tag Manager. Теги, тригери та змінні в Google Tag Manager. Використання Google Tag Manager для інтеграції Google Analytics 4. Налаштування, тестування та оптимізація тегів у процесі веб-аналітичних досліджень.	Кейси, практичні завдання	9
ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних	Сутність і значення А/В тестування у веб-аналітиці та цифровому маркетингу. Основні етапи проведення А/В тестування. Методи збору та аналізу результатів А/В тестів. Інтерпретація результатів А/В тестування та використання їх у прийнятті управлінських рішень.	Експрес опитування, тести	5
ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах	Роль веб-аналітики у формуванні та розвитку бренду в цифровому середовищі. Аналіз поведінки користувачів у соціальних мережах. Основні метрики ефективності брендінгу в соціальних медіа. Використання даних веб-аналітики для оцінки результативності SMM-стратегій.	Експрес опитування, тести	5

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основна

1. Edmondson M. Learning Google Analytics: Creating Business Impact and Driving Insights. Sebastopol : O'Reilly Media, 2022. – 400 с.
2. Alhlou F., Asif S., Fettman E. From Zero to Hero with Google Analytics. — Hoboken : Wiley, 2021. – 420 p.
3. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – Київ : ЦУЛ, 2008. – 184 с.
4. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу : підручник / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 512 с.
5. Варенко, В. М. Основи аналітики [Текст] : навч. посіб. / В. М. Варенко. – К. : Ліра-К, 2022. – 248 с.

6. Kaushik A. Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. Wiley, 2010.
7. Edmondson M. Learning Google Analytics 4: Strategies in Digital Marketing with Google Analytics 4. O'Reilly Media, 2022.
8. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України : монографія / за ред. Р. В. Федоровича – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2013. – 359 с.
9. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
10. TailoredRead AI. Analytics Revolution: Harness Cutting-Edge GA4 Strategies Tailored to You. – 2025. – 50-300 p.

Додаткова

1. Google Analytics. URL: [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.google.com/analytics>.
2. Web Analytics Tutorial (PDF Version) – Tutorialspoint. [Electronic resource]. – Mode of access : https://www.tutorialspoint.com/web_analytics/web_analytics_tutorial.pdf
3. Офіційний довідковий ресурс Google, що містить документацію з налаштування, використання та аналізу даних у Google Analytics 4, включаючи події, конверсії, аудиторії та звітність. <https://support.google.com/analytics>
4. Офіційний інформаційний ресурс з питань встановлення, налаштування та використання Google Tag Manager у системі веб-аналітики. <https://support.google.com/tagmanager>
5. Професійний освітній ресурс, присвячений веб-аналітиці, Google Analytics 4 та Google Tag Manager, що містить навчальні статті, приклади та практичні рекомендації. <https://www.analyticsmania.com>
6. Google Marketing Platform Офіційний портал Google з інформацією про аналітичні та маркетингові інструменти, зокрема Google Analytics 4, експерименти та аналіз ефективності цифрових кампаній. <https://marketingplatform.google.com>
7. IAB Ukraine (Interactive Advertising Bureau). Офіційні звіти та стандарти цифрової реклами в Україні. iab.com.ua
8. Simo Ahava's Blog. simoahava.com
9. MeasureSchool (YouTube & Blog). measureschool.com
10. Близнюк С.В. Онофрійчук О.П. Інтернет-маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку № 12(18) (2023): Журнал Наукові перспективи Актуальні питання у сучасній науці № 12(18) (2023): [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12\(18\)](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12(18))
11. Іваненко В.О., Близнюк С. В., Данілова О. М. Аналіз застосування GOOGLE ADS у сучасних стратегіях цифрового маркетингу: оцінка результативності рекламних кампаній Фаховий науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" (2025 рік) Випуск №11 (Листопад) <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-11-11596> <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-11-11596>
12. Антипенко Н.В., Пасько М. І., Близнюк С.В. Аналіз споживчої поведінки за допомогою AI: нові горизонти персоналізованого маркетингу Науковий вісник № 17 (2025): Актуальні питання економічних наук DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17565718>.
13. Близнюк С.В. ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ДАНИХ GOOGLE ANALYTICS ДЛЯ ПОБУДОВИ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ Фаховий науковий журнал Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки Випуск 4 (80) / 2025 DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/80-18>

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика

Здобувач освіти повинен відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в

	Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів

Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (Теми 1-4)	32
Змістовий модуль 2 (Теми 5-8)	28
Підсумковий контроль – залік	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
82-89	B	
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано
0-34	F	