

**ПВНЗ «МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АКАДЕМІКА СТЕПАНА ДЕМ'ЯНЧУКА»**

**ФАКУЛЬТЕТ КІБЕРНЕТИКИ  
КАФЕДРА МАТЕМАТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОК 14 ОСНОВИ ВЕБ-АНАЛІТИКИ**

<b>Освітня програма:</b>	«Маркетинг»
<b>Рівень вищої освіти:</b>	перший (бакалаврський)
<b>Спеціальність:</b>	D5 Маркетинг
<b>Галузь знань:</b>	D Бізнес, адміністрування та право

**Рівне – 2025**

Робоча програма навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг», галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг.

Розробник: ст.викл. Близнюк С.В.

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри математичного моделювання

Протокол № 1 від «26» серпня 2025 року

Завідувач кафедри М. Джунь проф. Джунь Й.В.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності D5 Маркетинг, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Гарант освітньої програми Шимко О.В.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено навчально-методичною комісією факультету кібернетики

Протокол № 1 від «26» серпня 2025 року

Голова Соловей Л.Я.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

### 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Обов'язковий освітній компонент	
Змістових модулів – 2	Спеціальність 075 «Маркетинг»	<b>Рік підготовки:</b>	
Загальна кількість годин – 120	Освітня програма: «Маркетинг»	1-й	1-й
		<b>Семестр</b>	
		2-й	2-й
		<b>Лекції</b>	
		20 год.	6 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		38 год.	6 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		- год.	- год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		62 - год.	108 - год.
		<b>Вид контролю: залік</b>	
	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)		

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Основи веб аналітики» є обов'язковою для студентів бакалаврської програми спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг».

Курс «**Основи веб-аналітики**» посідає чільне місце у системі підготовки сучасних фахівців з економіки та інформаційних технологій. Це зумовлено стрімким розвитком сфери електронної комерції, посиленням конкуренції в онлайн-середовищі та необхідністю обґрунтування управлінських рішень на основі об'єктивних даних про відвідуваність веб-ресурсів. Веб-аналітика виступає фундаментальним інструментом для моніторингу діяльності сайтів, оцінки результативності рекламних кампаній та оптимізації взаємодії суб'єктів господарювання з цільовою аудиторією в мережі Інтернет.

Навчальна дисципліна інтегрує теоретичні засади збору даних та практичні методики використання аналітичних платформ для дослідження поведінки користувачів. Веб-аналітика дозволяє здійснювати кількісне та якісне вимірювання параметрів функціонування цифрових каналів, аналізувати шляхи конверсії та виявляти чинники, що впливають на досягнення бізнес-цілей веб-проектів.

Застосування інструментарію веб-аналітики у практичній діяльності фахівця дозволяє вирішувати комплекс прикладних завдань: від аналізу джерел трафіку та аудиторних показників до проведення аудиту юзабіліті, оцінки ефективності витрат на просування та підвищення рівня лояльності користувачів. Це забезпечує надійне підґрунтя для вдосконалення маркетингових стратегій та підвищення конкурентоспроможності підприємств у глобальній мережі.

Оволодіння курсом «Основи веб-аналітики» є критично важливим для майбутніх маркетологів, менеджерів, аналітиків та фахівців з електронного бізнесу. Розуміння методології аналізу веб-даних сприяє розвитку професійного аналітичного мислення та формуванню навичок роботи з великими масивами інформації, що є необхідною умовою успішної діяльності у сучасному інформаційному суспільстві.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» є формування у здобувачів вищої освіти комплексу знань щодо принципів організації збору веб-даних, оволодіння методиками аналізу трафіку та засвоєння навичок використання аналітичних інструментів для оцінки й підвищення ефективності маркетингової діяльності в Інтернеті.

**Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:**

- формування системи професійних компетентностей, необхідних для роботи з сучасними системами моніторингу та аналізу веб-ресурсів;
- вивчення теоретичних основ веб-аналітики, її ролі в системі інтернет-маркетингу та еволюції методів збору даних (лічильників, лог-файлів тощо);
- засвоєння методології вибору та розрахунку ключових показників ефективності (KPI) для веб-проектів різної спрямованості;
- набуття практичних навичок роботи з популярними системами веб-аналітики, налаштування цілей, відстеження подій та сегментації аудиторії;
- оволодіння методами інтерпретації отриманих даних для підготовки аналітичних звітів та надання рекомендацій щодо оптимізації веб-ресурсів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» студенти отримують наступні професійні **компетентності**:

**ЗК3** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК8** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**ЗК9** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

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

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

**СК15** Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в цифровому просторі.

**P2** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

**P3** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

**P4** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

**P7** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

**P19** Виявляти навички розробки та впровадження маркетингових стратегій у цифровому просторі.

**У результаті** вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- теоретичні основи веб-аналітики, її місце та роль у системі маркетингової діяльності підприємств і розвитку бізнесу в цифровому середовищі;
- принципи функціонування вебресурсів (технічні та маркетингові) та особливості аналізу поведінки користувачів у мережі Інтернет;
- методи збору, обробки та інтерпретації вебданих з використанням сучасних інформаційних і комунікаційних технологій: від лічильників і тегів до систем відстеження подій;
- основні показники та метрики веб-аналітики, що характеризують ефективність цифрових маркетингових каналів, вебресурсів і онлайн-комунікацій (KPI, конверсії, ROI/ROAS);
- можливості та інструментарій маркетингових інформаційних систем (зокрема платформ Google Analytics, Search Console) для аналізу, прогнозування та ухвалення управлінських рішень у цифровому просторі;
- теоретичні положення та прикладні аспекти використання веб-аналітики при розробленні та реалізації маркетингових стратегій у цифровому середовищі.

**вміти:**

- організувати процес веб-аналітичних досліджень, визначати мету, завдання, об'єкт і предмет аналізу, обґрунтовано обирати методи та інструменти веб-аналітики відповідно до поставлених маркетингових цілей;
- здійснювати збір і аналіз вебданих, розраховувати ключові маркетингові та аналітичні показники ефективності функціонування вебресурсів і цифрових каналів комунікації;
- застосовувати сучасні цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти веб-аналітики для вирішення практичних завдань у сфері маркетингу;
- аналізувати та прогнозувати ринкові явища й процеси на основі результатів веб-аналітики, обґрунтовувати маркетингові та управлінські рішення щодо оптимізації рекламних бюджетів та активностей;
- узагальнювати результати веб-аналітичних досліджень і розробляти практичні рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності та розвитку бізнесу в цифровому просторі;
- брати участь у розробленні та впровадженні маркетингових стратегій з використанням інструментів веб-аналітики та цифрових технологій для досягнення цільових показників конверсії.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та базові інструменти веб-аналітики**

##### **ТЕМА 1. Вступ у веб-аналітику**

1. Сутність веб-аналітики, її мета, завдання та місце в системі цифрового маркетингу.
2. Об'єкт, предмет і методи веб-аналітики.
3. Роль веб-аналітики в управлінні вебресурсами та ухваленні маркетингових рішень.
4. Основні напрями та сфери застосування веб-аналітики.

*Література:* основна 1, 2, 3, додаткова 1, 2.

##### **ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4**

1. Загальна характеристика Google Analytics 4 та передумови його впровадження.
2. Порівняльна характеристика Google Analytics 4 та Universal Analytics.
3. Архітектура та принципи роботи Google Analytics 4.
4. Основні можливості та переваги Google Analytics 4 для аналізу вебданих.

*Література:* основна 1, 3, 4, додаткова 2, 3.

##### **ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4**

1. Створення облікового запису та ресурсу Google Analytics 4.
2. Способи встановлення Google Analytics 4 на вебресурс.
3. Первинне налаштування параметрів збору даних у Google Analytics 4.
4. Перевірка коректності встановлення та налаштування аналітичної системи.

*Література:* основна 2, 3, 4, додаткова 1, 4.

##### **ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4**

1. Подієва модель даних у Google Analytics 4.
2. Види подій та параметри подій у GA4.
3. Налаштування подій у Google Analytics 4 та через Google Tag Manager.
4. Використання подій для аналізу поведінки користувачів і оцінки ефективності вебресурсів.

*Література:* основна 1, 2, 3, 4, додаткова 2, 5.

#### **Змістовий модуль 2. Розширені методи веб-аналітики та аналітика цифрового маркетингу**

##### **ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4**

1. Розширені налаштування ресурсу Google Analytics 4.
2. Налаштування подій, конверсій та користувацьких параметрів.
3. Аудиторії, сегментація користувачів та тригери аудиторій у GA4.
4. Атрибуція, моделювання даних та використання прогнозних показників у GA4.

*Література:* основна 1, 2, 3, 4, додаткова 2, 4.

##### **ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці**

1. Призначення та структура Google Tag Manager.
2. Теги, тригери та змінні в Google Tag Manager.
3. Використання Google Tag Manager для інтеграції Google Analytics 4.
4. Налаштування, тестування та оптимізація тегів у процесі веб-аналітичних досліджень.

*Література:* основна 2, 3, 4, додаткова 1, 3, 5.

**ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних**

1. Сутність і значення А/В тестування у веб-аналітиці та цифровому маркетингу.
2. Основні етапи проведення А/В тестування.
3. Методи збору та аналізу результатів А/В тестів.
4. Інтерпретація результатів А/В тестування та використання їх у прийнятті управлінських рішень.

*Література: основна 1, 3, 4, додаткова 2, 6.*

**ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах**

1. Роль веб-аналітики у формуванні та розвитку бренду в цифровому середовищі.
2. Аналіз поведінки користувачів у соціальних мережах.
3. Основні метрики ефективності брендінгу в соціальних медіа.
4. Використання даних веб-аналітики для оцінки результативності SMM-стратегій.

*Література: основна 1, 2, 3, додаткова 3, 7.*

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та базові інструменти веб-аналітики</b>												
ТЕМА 1. Вступ у веб-аналітику	12	2	4			6	12	1	1			10
ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4	14	2	4			8	14	1	1			12
ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4	16	2	6			8	16	1	1			14
ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4	18	4	6			8	18	1	1			16
<b>Усього за ЗМ 1</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>20</b>			<b>30</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>52</b>
<b>Змістовий модуль 2. Розширені методи веб-аналітики та аналітика цифрового маркетингу</b>												
ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4	16	2	6			8	16					16
ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці	14	2	4			8	14	1	1			12
ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних	14	2	4			8	14	1	1			12
ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах	16	4	4			8	16					16
<b>Усього за ЗМ 2</b>	<b>60</b>	<b>10</b>	<b>18</b>			<b>32</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>56</b>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>20</b>	<b>38</b>			<b>62</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>6</b>			<b>108</b>

## 5. Теми практичних занять

N з/п	Назва теми	Кількість годин денна/заочна
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та базові інструменти веб-аналітики</b>		
1	ТЕМА 1. Вступ у веб-аналітику	4/1
2	ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4	4/1
3	ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4	6/1
4	ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4	6/1
<b>Змістовий модуль 2. Розширені методи веб-аналітики та аналітика цифрового маркетингу</b>		
5	ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4	6/0
6	ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці	4/1
7	ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних	4/1
8	ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах	4/0
	<b>Разом</b>	<b>38/6</b>

## 6. Самостійна робота

N з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та базові інструменти веб-аналітики</b>		
1	ТЕМА 1. Вступ у веб-аналітику	6/10
2	ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4	8/12
3	ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4	8/14
4	ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4	8/16
<b>Змістовий модуль 2. Розширені методи веб-аналітики та аналітика цифрового маркетингу</b>		
5	ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4	8/16
6	ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці	8/12
7	ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних	8/12

8	ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах	8/16
	<b>Разом</b>	<b>62/108</b>

### 7. Завдання для самостійного опрацювання тем дисципліни

Назва теми	Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань	Форми контролю	Література	Кількість балів
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади та базові інструменти веб-аналітики</b>				
ТЕМА 1. Вступ у веб-аналітику	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	Експрес опитування, тести	основна 1, 2, 3, додаткова 1, 2.	5
ТЕМА 2. Вивчення Google Analytics 4	Вивчення лекційного матеріалу, виконання практичного завдання	Кейси, практичні завдання	основна 1, 3, 4, додаткова 2, 3.	9
ТЕМА 3. Встановлення і налаштування Google Analytics 4	Вивчення лекційного матеріалу, виконання практичного завдання	Кейси, практичні завдання	основна 2, 3, 4, додаткова 1, 4.	9
ТЕМА 4. Аналіз та відстеження подій в Google Analytics 4	Вивчення лекційного матеріалу, виконання практичного завдання	Кейси, практичні завдання	основна 1, 2, 3, 4, додаткова 2, 5.	9
<b>Змістовий модуль 2. Розширені методи веб-аналітики та аналітика цифрового маркетингу</b>				
ТЕМА 5. Розширені налаштування основних параметрів в Google Analytics 4	Вивчення лекційного матеріалу, виконання практичного завдання	Кейси, практичні завдання	основна 1, 2, 3, 4, додаткова 2, 4.	9
ТЕМА 6. Google Tag Manager: можливості та реалізація у веб-аналітиці	Вивчення лекційного матеріалу, виконання практичного завдання	Кейси, практичні завдання	основна 2, 3, 4, додаткова 1, 3, 5.	9

ТЕМА 7. А/В тестування в веб-аналітиці: як приймати рішення на основі даних	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	Експрес опитування, тести	основна 1, 3, 4, додаткова 2, 6.	5
ТЕМА 8. Особливості веб-аналітики для брендінгу в соціальних мережах	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	Експрес опитування, тести	основна 1, 2, 3, додаткова 3, 7.	5

### Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання сприяють кращому засвоєнню здобувачами матеріалу з навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» та формуванню у них навичок та вмінь самостійно одержувати додаткові знання.

Підготовка доповідей або презентацій як форма індивідуальної роботи навчальної дисципліни передбачає дослідження основних питань програмного матеріалу.

Оцінка доповіді враховує ступінь розкриття теми, змістовність викладення фактів, рівень самостійності міркувань. Важливо, щоб реферат, презентація або проєкт були виконані відповідно до теми, повністю розкривали проблему дослідження та не порушували норм академічної доброчесності.

1. Охарактеризуйте сутність веб-аналітики та її роль у сучасному цифровому маркетингу.
2. Розкрийте основні завдання веб-аналітики у процесі управління вебресурсами.
3. Поясніть відмінності між традиційною аналітикою та веб-аналітикою.
4. Проаналізуйте основні переваги Google Analytics 4 у порівнянні з Universal Analytics.
5. Розкрийте принципи подієвої моделі даних у Google Analytics 4.
6. Охарактеризуйте основні метрики Google Analytics 4 та їх значення для аналізу поведінки користувачів.
7. Опишіть процес встановлення та первинного налаштування Google Analytics 4 на вебресурсі.
8. Поясніть роль Google Tag Manager у системі веб-аналітики.
9. Проаналізуйте структуру Google Tag Manager: теги, тригери та змінні.
10. Розкрийте значення подій та конверсій у Google Analytics 4.
11. Охарактеризуйте методи сегментації користувачів у веб-аналітиці.
12. Поясніть сутність та етапи проведення А/В тестування у веб-аналітиці.
13. Проаналізуйте, як результати А/В тестування впливають на прийняття маркетингових рішень.
14. Розкрийте роль веб-аналітики у підвищенні ефективності цифрових маркетингових кампаній.
15. Поясніть, як за допомогою веб-аналітики оцінюється ефективність вебсайту.
16. Проаналізуйте використання веб-аналітики для прогнозування поведінки користувачів.
17. Охарактеризуйте особливості застосування веб-аналітики у соціальних мережах.
18. Розкрийте значення веб-аналітики у формуванні та розвитку бренду в цифровому просторі.
19. Проаналізуйте роль цифрових інформаційних та комунікаційних технологій у розвитку веб-аналітики.

20. Обґрунтуйте значення веб-аналітики як інструменту прийняття управлінських рішень у сучасному бізнесі.

## 8. Методи навчання

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» застосовуються наступні методи навчання:

- лекції, у тому числі проблемні та інтерактивні, з використанням мультимедійних презентацій, демонстрацією прикладів роботи аналітичних систем та попереднім наданням навчальних матеріалів студентам;
- практичні заняття у різноманітних формах (бесіда з елементами дискусії, робота в малих групах, «мозковий штурм», ситуативний підхід, аналіз кейсів, розв'язування практичних завдань, ділові та рольові ігри, імітація процесів веб-аналітичних досліджень);
- виконання лабораторних і практичних робіт із застосуванням інструментів веб-аналітики (зокрема Google Analytics 4, Google Tag Manager та інших цифрових сервісів);
- стандартизовані тести, поточне та підсумкове опитування з використанням електронних засобів контролю знань;
- презентація та захист результатів виконаних практичних, індивідуальних і дослідницьких завдань;
- виконання аналітичних і розрахункових робіт, пов'язаних з оцінюванням ефективності вебресурсів і цифрових маркетингових стратегій;
- індивідуальні та групові консультації під керівництвом викладача;
- самостійна робота студентів з навчальною та науковою літературою, офіційною документацією аналітичних сервісів, а також з Інтернет-ресурсами;
- виконання індивідуальних завдань та підготовка аналітичних звітів з веб-аналітики.

## 9. Методи контролю

При вивченні студентами навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» застосовуються такі методи контролю та оцінювання набутих знань, умінь і навичок:

- поточне (усне) опитування, обговорення проблемних питань і практичних ситуацій на лекційних та практичних заняттях;
- перевірка виконання та захист практичних і лабораторних робіт з використанням інструментів веб-аналітики;
- складання опорного конспекту теми, побудова структурно-логічних схем, таблиць і моделей процесів веб-аналітики;
- виконання індивідуальних завдань, аналітичних звітів і рефератів за тематикою дисципліни;
- тестовий контроль знань (поточний контроль) із використанням електронних засобів оцінювання;
- письмова контрольна робота за результатами вивчення змістових модулів;
- оцінювання результатів самостійної роботи студентів;
- підсумковий контроль

У процесі оцінювання застосовуються такі форми контролю: усне опитування; персональний контроль знань і вмінь; тестування; реферати; самостійна та індивідуальна робота; контрольна робота; підсумковий контроль (залік).

## 10 Питання для гарантованого контролю знань

1. Поясніть сутність поняття веб-аналітика та її значення для сучасного маркетингу.
2. Назвіть основні завдання та функції веб-аналітики.

3. Охарактеризуйте основні типи веб-аналітики (класична, поведінкова, бізнес-аналітика).
4. Які основні показники ефективності (KPI) використовуються у веб-аналітиці?
5. Що таке трафік вебсайту? Назвіть основні джерела трафіку.
6. Охарактеризуйте поняття сеанс, користувач, перегляд сторінки.
7. Що таке конверсія та коефіцієнт конверсії?
8. Які існують інструменти веб-аналітики?
9. Поясніть можливості використання сервісу Google Analytics для аналізу вебсайтів.
10. Що таке UTM-мітки та для чого вони використовуються?
11. Охарактеризуйте поведінку користувачів на вебсайті та способи її аналізу.
12. Що таке воронка продажів (sales funnel) у веб-аналітиці?
13. Поясніть поняття показник відмов (bounce rate).
14. Які методи використовують для аналізу ефективності рекламних кампаній?
15. Що таке A/B тестування та як воно використовується у веб-аналітиці?
16. Назвіть основні методи збору даних у веб-аналітиці.
17. Охарактеризуйте показники залученості користувачів (engagement metrics).
18. Які існують методи візуалізації даних веб-аналітики?
19. Які помилки найчастіше виникають під час аналізу веб-аналітичних даних?
20. Поясніть значення веб-аналітики для прийняття управлінських рішень у бізнесі.
21. Що таке цілі (Goals) у веб-аналітиці та як вони налаштовуються?
22. Поясніть поняття події (Events) у системах веб-аналітики.
23. Що таке електронна комерція (E-commerce tracking) у веб-аналітиці?
24. Які існують моделі атрибуції у веб-аналітиці?
25. Охарактеризуйте модель атрибуції «останній клік» та «перший клік».
26. Що таке теплові карти (Heatmaps) та для чого вони використовуються?
27. Назвіть основні етапи впровадження веб-аналітики на вебсайті.
28. Що таке сегментація користувачів у веб-аналітиці?
29. Поясніть роль файлів cookie у зборі аналітичних даних.
30. Які існують методи оцінювання ефективності контенту вебсайту?
31. Що таке час перебування користувача на сайті (Session Duration) та яке його значення?
32. Охарактеризуйте показник глибини перегляду сторінок.
33. Які фактори впливають на поведінку користувачів на вебсайті?
34. Які існують інструменти для аналізу конкурентів у веб-аналітиці?
35. Поясніть значення веб-аналітичних звітів для оптимізації вебресурсів.

### 11. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль № 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
5	9	9	9	9	9	5	5		

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Студент виявляє особливі творчі здібності, глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; вміє	зараховано

		аналізувати явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач; володіє вмінням надавати чітку аргументовану відповідь на поставленні питання	
82-89	<b>B</b>	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи, надає лаконічну відповідь майже на всі поставленні питання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	
74-81	<b>C</b>	Студент вміє оперувати необхідним колом понять та категорій; узагальнювати та систематизувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві	
64-73	<b>D</b>	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, слабе їх застосування при розв'язанні практичних завдань; аналізує навчальний матеріал за допомогою викладача, надає мало аргументовані відповіді, виправляє не всі помилки, значна кількість яких є суттєвими	
60-63	<b>E</b>	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні вищому за початковий, проте має фрагментарне уявлення про деякі поняття та категорії курсу; надає неповне висвітлення змісту питань; має недостатнє вміння зробити аргументовані висновки; відповіді містять значну кількість недоліків і помилок	
35-59	<b>FX</b>	Студент не опанував значну частину матеріалу курсу; не володіє понятійним апаратом; не опрацював базову та допоміжну літературу. Мова не виразна, обмежена, бідна, словниковий запас не дає змогу оформити ідею. Практичні навички на рівні розпізнавання	не зараховано
0-34	<b>F</b>	Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно; допускає суттєві помилки у відповідях на питання, не вміє застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних завдань	

## 12. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Основи веб-аналітики» включає:

1. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Основи веб-аналітики».

2. Навчально-методичні посібники та електронні навчальні матеріали у локальній мережі закладу освіти та в системі дистанційного навчання.
3. Матеріали для самостійного опрацювання студентами тем навчальної дисципліни.
4. Методичні рекомендації для виконання практичних, лабораторних та самостійних робіт з веб-аналітики.
5. Тестові завдання для поточного та підсумкового контролю знань.

### 13. Рекомендована література

#### 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](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](http://iab.com.ua)
8. Simo Ahava's Blog. [simoahava.com](http://simoahava.com)
9. MeasureSchool (YouTube & Blog). [measureschool.com](http://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>