АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Web-аналітика у маркетинговій діяльності» / «Web Analytics in Marketing»

Розробник	*Корчинська О. А., доктор економічних наук, професор*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Обов'язкова*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*2-й рік навчання, 1-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*англійська*
Форма підсумкового контролю	*Диференційований залік*
Основні форми контролю	*Поточне опитування на семінарських заняттях, практичні та аналітичні завдання, тестування, модульний контроль (МК1, МК2), підготовка та захист індивідуального завдання (аналітичного звіту), диференційований залік*

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів системи сучасних теоретичних знань, практичних умінь і навичок щодо використання web-аналітики для дослідження поведінки користувачів, оцінювання ефективності цифрових маркетингових каналів, побудови аналітичних звітів та прийняття маркетингових рішень на основі даних.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: знання з вищої математики, основ статистичного аналізу, роботи з електронними таблицями та базових принципів маркетингових досліджень, набуті на бакалаврському рівні; взаємозв'язок з освітніми компонентами «Маркетингова аналітика», «Бренд-менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Математичні методи і моделі в маркетингових дослідженнях».

Постреквізити: знання та навички використовуються під час переддипломної практики, вивчення дисциплін «Сталий маркетинг та трансформація ринку», «Медіарекламний бізнес в умовах діджиталізації», підготовки та захисту кваліфікаційної магістерської роботи.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- пояснювати сутність, принципи та роль web-аналітики й data-driven підходу в сучасній маркетинговій діяльності;
- визначати маркетингові цілі, формулювати відповідні аналітичні питання, метрики та KPI;
- налаштовувати та інтерпретувати базові звіти Google Analytics 4 з урахуванням подієвої моделі даних;
- аналізувати джерела трафіку, UTM-параметри, атрибуцію та ефективність органічного, платного, соціального, email та інших цифрових каналів;
- аналізувати поведінку користувачів, customer journey, конверсії та воронки, виявляти

точки втрати користувачів;
- застосовувати сегментацію аудиторії та проводити когортний аналіз;
- проводити A/B-тестування, інтерпретувати його результати та обґрунтовувати рішення щодо оптимізації (CRO);
- створювати аналітичні звіти та дашборди (Looker Studio), оцінювати ROI/ROAS, критично оцінювати якість даних і обмеження аналітики;
- перетворювати результати web-аналітики на обґрунтовані маркетингові рекомендації та презентувати їх.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на формування системного розуміння принципів, методів і технологій цифрової аналітики, вимірювання поведінки користувачів та оцінювання ефективності маркетингових каналів. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Основи та інструменти web-аналітики у маркетингу

Сутність і роль web-аналітики, data-driven marketing, метрики та KPI, якість даних і етичні аспекти; системи web-аналітики та Google Analytics 4 (подієва модель даних); вимірювання поведінки користувачів і customer journey; аналіз джерел трафіку та ефективності маркетингових каналів (UTM, основи атрибуції); конверсійна аналітика, воронки, ROI та ROAS, система маркетингових KPI.

Змістовий модуль 2. Прикладна маркетингова аналітика та data-driven рішення

Сегментація, когортний аналіз та дослідження аудиторії; експерименти, A/B-тестування та оптимізація цифрових каналів; візуалізація даних і маркетингові дашборди (Looker Studio); інтеграція web-аналітики з рекламними платформами та CRM (Google Ads, наскрізна аналітика, BigQuery); data-driven marketing, штучний інтелект, predictive та prescriptive analytics, приватність і захист даних.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, кейс-метод (case study), практична робота в Google Analytics 4 та Looker Studio, ситуаційне моделювання, командна та проєктна робота, семінари-дискусії, презентація результатів, підготовка аналітичного звіту.