|  |  |
| --- | --- |
|  | **МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  **Львівський національний університет імені Івана Франка**  **Факультет управління фінансами та бізнесу**  **Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики** |

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

На засіданні кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики

факультету управління фінансами та бізнесу

Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол № 1 від 27 серпня 2021 р.)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ І.Б. Шевчук

**Силабус з навчальної дисципліни**

**«SEO та Web-аналітика»,**

**що викладається в межах ОПП**

**«Інформаційні технології в бізнесі»**

**другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів з спеціальності 051 «Економіка»**

**Львів 2021 р.**

|  |  |
| --- | --- |
| **UNBIZ1957с** | **Силабус навчальної дисципліни**  **«SEO та Web-аналітика»,**  **Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»**  **Спеціальність: 051 «Економіка»** |
| **Адреса викладання дисципліни** | м. Львів, вул. Коперника, 3 |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Факультет управління фінансами та бізнесу  Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | 05 «Соціальна та поведінкові науки»  051 «Економіка» |
| **Викладачі дисципліни** | Стадник Юліанна Андріївна, к.е.н., доцент кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики |
| **Контактна інформація викладачів** | Моб. телефон: +38(097)-35-995-44  Електронні скриньки: stadnykyulianna@gmail.com; yulianna.stadnyk @lnu.edu.ua  Viber: +38(097)-35-995-44;  Messenger: Stadnyk Yulianna; Skype: Stadnyk Yulianna  Сторінка викладача:  https://financial.lnu.edu.ua/employee/ctadnyk-yulianna-andrijivna  Місце знаходження: м. Львів, вул. Коперника, 3; кім. 508 (кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики) |
| **Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються** | Щочетверга, 15:00-16:20 год. (вул. Коперника, 3, ауд. 302)  Консультації в день проведення лекцій/лабораторних занять (за попередньою домовленістю).  Можливі он-лайн консультації через Skype, Viber. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електрон­ну пошту викладача або дзвонити. |
| **Сторінка курсу** | Платформа MOODLE: <http://e-learning.lnu.edu.ua/login> |
| **Інформація про дисципліну** | Курс розроблено таким чином, щоб надати здобувачам вищої освіти необхідні знання для набуття і прикладного використання компетентностей із застосування технологій пошукової оптимізації та виконання аналітичних досліджень. У курсі розглянуто методи та технології виконання внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайтів, проведення веб-аналітики засобами Google Analytics. |
| **Коротка анотація дисципліни** | Дисципліна «SEO та Web-аналітика» є циклу професійної та практичної підготовки, яка викладається в І семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS). |
| **Мета та цілі дисципліни** | *Мета дисципліни —* формування в студентів фундаментальних теоретичних знань з пошукової оптимізації сайтів, пошукової інтернет-реклами практичних навичок виконання web-аналітики інструментами Google.  *Завдання дисципліни:* ознайомити студентів з принципами роботи пошуковиків, факторами ранжування сайтів, видами, інструментами та методами пошукової оптимізації, технологіями та інструментами web-аналітики. |
| **Література для вивчення дисципліни** | Основна література:   1. Поленова Е., Шишкин П. Как попасть в ТОП: практика эффективного SEO. Питер 2012р. 405с. 2. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті: навч. посіб. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 296 с. 3. Мара А. Пошукова оптимізація сайтів. Київ: Школа Інтернет маркетингу Empo, 2013. 129 с. 4. Кошик А. Веб-аналітика: аналіз інформації про відвідувачів веб-сайтів. Київ: Діалектика, 2019. - 464 с. 5. Євдокімов Н.В. Основи тематичної оптимізації. Ефективна інтернеткомерція і просування сайтів в Інтернет. К: Вільямс, 2007. - 160 с. 6. Кліфтон Б. Google Analytics: професійний аналіз відвідуваності веб-сайтів. М: Вільямс, 20. - 400 с. 7. Меліхов Д. Аналіз сайту: довідник веб-аналітика / Д. Меліхов, І. Сарматів. - К., 2011. - 68 с.   Інтернет-джерела:   1. Google AdWords «Основи». URL: https://blorax.com/wp-content/uploads/2015/03/Posibnyk\_AdWords\_Osnovy.pdf 2. Оцінка ефективності Інтернет-реклами. – URL: https:// stud.com.ua /48510/marketing/otsinka\_efektivnosti\_ internet\_reklami 3. Основні поняття інтелектуального аналізу даних. URL: https:// msdn. microsoft.com/ru-ru/library/ms174949 4. Принципи ранжування пошукових систем. URL: https:// wecandoweb.com /blog/google-sobiraetsya-obnovit-algoritm-ranzhirovaniya-na-chto-eto-povliyaet-i-chego-ozhidat-seo-specialistam 5. Що таке Google Analytics? URL: https://gusarov-group.by/wiki-internet-marketologa/google-analytics |
| **Тривалість курсу** | 90 год. |
| **Обсяг курсу** | 24годин аудиторних занять. З них 8 годин лекцій, 16 годин лабораторних занять та 66 годин самостійної/індивідуальної роботи |
| **Очікувані результати навчання** | Після завершення цього курсу студент буде :  **а) знати**   * основні принципи роботи пошукових машин; * фактори, що визначають ранжування сайті пошуковиком; * види та інструменти пошукової оптимізації; * види Інтернет-реклами, їх переваги та недоліки; * технології та інструменти web-аналітики;   **б) уміти**   * виконувати внутрішню оптимізацію сайту; * застосовувати інструменти та заходи зовнішньої оптимізації; * виконувати web-аналітику інструментами Google Analytics. |
| **Ключові слова** | Пошукова машина, пошукова оптимізація, семантичне ядро, внутрішня та зовнішня оптимізація, Google Adwards, веб-аналітика, Google Analytics. |
| **Формат курсу** | Очний |
|  | Проведення лекцій, лабораторних занять та консультацій для кращого розуміння тем.  Викладання навчальної дисципліни передбачає поєднання тра­диційних форм аудиторного навчання з елементами електрон­ного навчання, в якому використовуються спеціальні інформа­ційні технології, такі як аудіо та відео, інтерактивні елементи, онлайн консультування і т.п. |
| **Теми** | Подано у формі Схеми курсу |
| **Підсумковий контроль, форма** | Залік в кінці семестру передбачає здачу лабораторних робіт та самостійної роботи, виконання підсумкового контролю.  Оцінка складається із кількості балів нарахованих за: здачу лабораторних робіт, самостійної роботи та результатів підсумкового контролю.  Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів вищої освіти, усне опитування, виконання навчальних та самостійних завдань. |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін „Інформаційні та комунікаційні технології”, „Системи моніторингу в економіці”, „Інструменти вимірювання і оцінювання соціально-економічних процесів”, „Технології Інтернет” достатніх для: а) сприйняття категоріального апарату сфери пошукової оптимізації та веб-аналітики; б) оперування методами професійної дискусії для формування власної арґументованої позиції. |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | Презентація, лекція-бесіда, лекція-візуалізація, проектно-орієнтоване навчання, навчальна дискусія, мозкова атака, кейс-метод, демонстрування, самостійна робота, лабораторні роботи, метод порівняння, метод узагальнення, метод конкретизації, метод виокремлення основного, обговорення, робота над помилками, |
| **Необхідне обладнання** | Вивчення курсу потребує використання інструментів Google Adwards i Google analytics, крім загально вживаних програм і операційних систем.  Мультимедійна дошка, проектор. |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:  • лабораторні роботи: 35% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 35;  • самостійне завдання: 15% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 15;  • залік: 50% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 50).  Підсумкова максимальна кількість балів – 100.  **Академічна доброчесність**: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в практичній (письмовій) роботі студента є підставою для її незарахуванння викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.  **Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і лабораторні зайняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможли­вість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов’язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.  **Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.  П**олітика виставлення балів.** Враховуються бали набрані під чвс поточного оцінювання, самостійною роботи та бали підсумкового контролю. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час лабораторного заняття; недопустимість пропусків та запізнень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов’язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.  Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. |
| **Питання до заліку чи екзамену.** | 1. Поняття пошукової оптимізації. 2. Схема роботи пошукової машини. 3. Фактори ранжування сайтів при при пошуку. 4. Специфіка роботи Google. 5. Види пошукової оптимізації. 6. Чорне, сіре та біле SEO. 7. Інструменти внутрвшньої оптимізації. 8. Методи та інструменти зовнішньої оптимізації. 9. Санкції та фільтри пошукових систем. 10. [Загальні відомості про](http://landclub4x4.com.ua/Glava_05/Index01.htm) рекламу в інтернеті. 11. Види інтернет-реклами. 12. Їх переваги та недоліки. 13. Створення рекламної кампанії засобами Google Adwards. 14. Поняття web-аналітики. 15. Можливості та переваги Google Analytics. 16. Осовні інструменти та метрики Google Analytics. 17. Особливості виконання аналітичного дослідження засобами Google Analytics. |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |

**Схема курсу**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тиждень / дата / год. | Тема, план, короткі тези | Форма діяльності (заняття) | Література.  Ресурси в інтернеті | Завдання, год. | Термін виконання |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тиж. 1  2 год. | Тема 1. Принципи роботи пошукових систем | Лекція | Осн. [1,3,5,7].  Інт. [3, 4 ]. | Опрацювати  лекційний  матеріал,  підготуватися до  лабораторного заняття  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 1  2 год. | Тема 2. Пошукова оптимізація: поняття, види та інструменти | Лабораторне заняття | Осн. [1,3,5,7].  Інт. [3, 4 ]. | Ознайомитись з видами та інструментами пошукової оптимізації  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 2  2 год. | Тема 2. Пошукова оптимізація: поняття, види та інструменти | Лабораторне заняття | Осн. [1,3,5,7].  Інт. [3, 4 ]. | Розробити та застосувати заходи внутрішньої оптимізації сайту оптимізації  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 3  2 год. | Тема 2. Пошукова оптимізація: поняття, види та інструменти | Лекція | Осн. [1,3,5,7].  Інт. [3, 4 ]. | Опрацювати  лекційний  матеріал,  підготуватися до  лабораторного заняття  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 3  2 год. | Тема 2. Пошукова оптимізація: поняття, види та інструменти | Лабораторне заняття | Осн. [2].  Інт. [3, 4 ]. | Виконати налаштування рекламного оголошення в Google Adwards  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 4  2 год. | Тема 2. Пошукова Інтернет-реклама | Лабораторне заняття | Осн. [2].  Інт. [3, 4 ]. | Виконання налаштування рекламного оголошення в Google Adwards  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 5  2 год. | Тема 2. Пошукова Інтернет-реклама | Лекція | Осн. [2].  Інт. [3, 4 ]. | Опрацювати  лекційний  матеріал,  підготуватися до  лабораторного заняття  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 5  2 год. | Тема 2. Пошукова Інтернет-реклама | Лабораторне заняття | Осн. [2].  Інт. [3, 4 ]. | Виконання налаштування рекламного оголошення в Google Adwards  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 6  2 год. | Тема 3. Технології, інструменти та метрики web-аналітики | Лабораторне заняття | Осн. [4, 6, 7].  Інт. [3,5]. | Виконання веб-аналітики засобами Google Analytics  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 7  2 год. | Тема 4. Технології, інструменти та метрики web-аналітики. | Лекція | Осн. [4, 6, 7].  Інт. [3,5]. | Освоєння технологій моделювання складних тривимірних об’єктів  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 7  2 год. | Тема 3. Технології, інструменти та метрики web-аналітики | Лабораторне заняття | Осн. [4, 6, 7].  Інт. [3,5]. | Виконання веб-аналітики засобами Google Analytics  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |
| Тиж. 8  2 год. | Тема 3. Технології, інструменти та метрики web-аналітики | Лабораторне заняття | Осн. [4, 6, 7].  Інт. [3,5]. | Виконання веб-аналітики засобами Google Analytics  2 год. | До  проведення  наступного  аудиторного заняття за розкладом |

Викладач \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.А. Стадник