

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська національна академія харчових технологій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи SEO та WEB-аналітики

Вибіркова навчальна дисципліна

Мова навчання - українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Шифр та найменування галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Ступінь вищої освіти бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою академії

2021 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеської національної академії харчових технологій

РОЗРОБНИК (розробники): Значек Р.Р., старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «__» _____ 20__ р. №__

Завідувач кафедри _____ Лагодієнко В.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальності 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(код та найменування спеціальності)

Голова ради _____
(підпис)

Мардар М.Р.
(прізвище та ініціали)

Гарант освітньої програми _____
(підпис)

Голубьонкова О.О.
(прізвище та ініціали)

Розглянуто та схвалено Методичною радою академії
Протокол від «__» _____ 20__ р. №__

Секретар Методичної ради академії _____ Мураховський В.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки	5
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС	5
2	Зміст дисципліни:	6
2.1	Програма змістовних модулів	6
2.2	Перелік практичних робіт	6
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи	7
3	Критерії оцінювання результатів навчання	7
4	Інформаційне забезпечення	8

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни є технології пошукової оптимізації інтернет ресурсів та виконання Web-аналітики.

Метою викладання навчальної дисципліни «Основи SEO та WEB-аналітики» є надання теоретичних і практичних знань щодо методології та технологій пошукової оптимізації в Інтернет та веб-аналітики.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Основи SEO та WEB-аналітики» є освоєння теоретичних і практичних засад роботи пошукових систем та пошукової оптимізації сайтів, розкриття змісту веб-аналітичної діяльності, знайомство з існуючими програмами для веб-аналітики; опанування методики проведення веб-аналітичних досліджень.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: способи аналізу роботи сайту, критерії ефективності; конверсію та її показники, цільові сторінки і зв'язки з конверсією; основні показники конверсії, роботу з розширеними сегментами, аналіз джерел трафіку, конверсію переходів; аналіз пошукових систем і ключових слів, використання міток в URL; загальні теоретичні основи SEO-оптимізації сайтів; теоретичні засади пошукової оптимізації та контекстної реклами; теоретичні основи побудови семантичного ядра сайту, внутрішньої та зовнішньої оптимізації сайту; теоретичні основи веб-аналітики; зв'язки Google Analytics з іншими сервісами Google, інтеграцію Google Analytics з Google Adwords і з пошуковими системами, відстеження доменів і субдоменів, способів обліку транзакцій на сайті.

вміти: здійснювати оцінку ефективності розкрутки сайту за допомогою веб-аналітики; використовувати основні інструменти веб-аналітики, досліджувати ринок і визначати цільову аудиторію, аналізувати конкурентів та обирати цілі сайту; налаштовувати відстеження відправки форми через тег менеджер; аналізувати зміст сайтів, формувати звіти в режимі реального часу, фільтрувати вхідний трафік, відстежувати події, налаштовувати користувальницькі сегменти; налаштовувати цільові сторінки, установки і перевірки стану коду відстеження на сайті, аналізу посилань і дизайну сайту; використовувати звіти по інтересам, створювати пошукові запити; здійснювати аналітику форм та загальний моніторинг сайту.

1.2. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг соціальних мереж (SMM)» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки бакалаврів <http://nmv.onaft.edu.ua/opp/075b-m2020.pdf>

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

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

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання:

ПРН5. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

1.3 Міждисциплінарні зв'язки

Вивчається після дисциплін – Стратегія та планування маркетингу, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації, Управління проектами та ризиками в маркетингу.

1.4 Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Кількість кредитів ECTS - 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
	40	20	-	20
	16	8	-	8
денна	80			
заочна	104			

2. Зміст дисципліни

2.1 Програма змістовних модулів

Змістовий модуль 1. Концепція пошукової оптимізації

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна	заочна
1	Теоретичні основи SEO-оптимізації сайтів. Принципи функціонування пошукових систем. Поняття та призначення контекстної реклами. Базові принципи здійснення пошукової оптимізації	2	1
2	Побудова семантичного ядра сайту. Поняття семантичного ядра сайту. Ефективний підбір ключових слів. Внутрішня оптимізація сайту. Зовнішня оптимізація сайту. Біржі посилань, біржі статей та seo-агрегатори: призначення та правила використання	4	2
3	Моніторинг та супровід сайтів. Статистика входів. Управління індексацією сайту. Особливості розкрутки сайту через субдомени. Пошукове позиціонування. Розсилка на дошки оголошень. Ведення розсилки сайту. Несанкціоновані розсилки (спам). Додавання контенту	4	1
4	Аналітика сайту. Основні поняття і принципи роботи. Способи аналізу роботи сайту. Основні інструменти веб-аналітики. Огляд популярних трекерів. Критерії ефективності роботи сайту. Дослідження ринку і визначення цільової аудиторії. Дослідження конкурентів. Конверсія та показники конверсії. Цільові сторінки і зв'язок з конверсією. Вибір цілей сайту	4	1
5	Основні концепції веб-аналітики. Сегментація аудиторії інтернет проекту. Загальна структура маркетингового проекту. Огляд систем веб-аналітики. Взаємодія браузера і сайту	2	1
6	Програми веб-аналітики. Аналіз змісту сайтів. Виявлення переваг користувачів. Відстеження пошуку по сайту. Зв'язка Google Analytics з іншими сервісами Google. Інтеграція Google Analytics з Google Adwords і з пошуковими системами. Налаштування ремаркетингу. Відстеження доменів і субдоменів. Формування звітів в режимі реального часу. Формування цілей по довільним параметрам	4	2

2.2. Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Введення в пошукову оптимізацію	2	1
2	Підготовка сайту до оптимізації в курсі SEO	2	1
3	Основні настройки і відстеження ефективності в Google Analytics	4	2
4	Додаткові можливості системи Google Analytics	2	1
5	Унікальний контент, написання SEO-текстів для сайту	2	1
6	Зовнішня оптимізація в курсі SEO	4	1
7	Моніторинг та супровід сайтів. Реклама проекту в курсі SEO	4	1
	Разом	20	8

2.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва самостійної роботи	Кількість годин за змістовим модулем ЗМ1	
		денна	заочна
1.	Опрацювання лекційного матеріалу	15	20
2.	Підготовка до практичних занять	20	25
2.1	Перелік тем до практичних занять:		
	Контекстна реклама в Яндекс.Директ і Google AdWords	1	2
	Практичні прийоми оптимізації в курсі SEO	2	4
	Фільтри пошукових систем. "Чорний" SEO	2	2
	Основні настройки і відстеження ефективності в Google Analytics	4	4
	Купівля посилань на біржах посилань. Блогів і просування сайтів	2	2
	Просування сайтів в соціальних мережах, блогах і RSS-стрічках	2	2
	Ефективна взаємодія з користувачем в курсі SEO	2	4
3.	Опрацювання окремих розділів програми, які не виносяться на лекції	15	20
4.	Підготовка до контрольних заходів	15	19
Разом з дисципліни		80	104

3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – диференційний залік

Нарахування балів за виконання змістовного модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	Min д/з	Max д/з	Кільк. робіт, од.	Сумарні бали		Кільк. робіт, од.	Сумарні бали	
				min	max		min	max
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ЗАЛІКОВИЙ КРЕДИТ 1								
Змістовий модуль 1. Концепція пошукової оптимізації								
Робота на лекціях	1	2	10	10	20	4	4	8
Робота на практичних заняттях	1	2	10	10	20	4	4	8
Опрацювання тем, не винесених на лекції	3	5	1	3	5	1	3	5
Підготовка до практичних занять	1	2	10	10	20	4	4	8
Виконання поточних контрольних робіт	7	10	1	7	10	1	7	10
Проміжна сума	–	–	–	40	75	–	22	39
Модульний контроль	20	25	1	20	25	1	38	61
Оцінка за змістовий модуль 1	–	–	–	60	100	–	60	100
Оцінка за заліковий кредит			60...100			60...100		

4. Інформаційне забезпечення

1. Савватеев Е.В., Рокотянская В.В., Мощенко О.В. Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности: учеб. пособие; под общ. ред. Е.В. Савватеева. – Киев: Сварог, 2016. – 317 с.
2. Кордзая Н.Р. Основы интернет-маркетингу: навч. посіб. Ч. 1. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. – 184 с.
3. Липчук В.В., Погребняк Л.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. – Львів: Магнолія 2006, 2016. – 352 с.
4. Кордзая Н.Р. Основы интернет-маркетингу: навч. посіб. Ч. 2. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. – 164 с.
5. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основы маркетингу у туризмі: підручник; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2016. – 336 с.
6. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. Изд.: «Альпина Паблишер», 2017. 225с.
7. Мальська М.П., Жук І.З. Управління маркетингом у сфері туризму: підручник; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Київ: ЦУЛ, 2016. – 244 с.
8. Фонд літератури навчально-методичного кабінету кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі ОНАХТ, ауд. А-334.
9. Фонд літератури науково-технічної бібліотеки ОНАХТ, ауд. А-230: <http://www.library.onaft.edu.ua/>
10. Сайти мережі Internet:
 - www.business.ua – газета «Бизнес»
 - www.marketing-magazine.ru - Журнал «Маркетинг Менеджмент»
 - www.marketing.web-standart.net - Журнал «Новий маркетинг»