



Силабус курсу Розробка сайтів і Web аналітика

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – 071 Облік і оподаткування

Освітньо-професійна програма – «Облік і оподаткування»

Рік навчання: 3 Семестр: 6

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. **Окрепкий Ростислав Богданович**

Контактна інформація rostik6@ukr.net, +380677421640

Опис дисципліни

Дисципліна «Розробка сайтів і Web аналітика» спрямована на отримання практичних навичок зі створення власних сайтів на CMS-платформах та їх просування з врахуванням сучасних трендів Інтернет-маркетингу. В результаті вивчення дисципліни студенти вивчать: коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу, розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності, використовувати прикладний інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності, використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності, обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Структура курсу

№ п/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1	Поняття CMS (Content Management System), їх характеристики та функціональні можливості	Ознайомитись з популярними CMS-системами їх характеристиками, недоліками та функціональними можливостями (Wordpress, Bitrix24, Tilda)	Тести, питання
2	Тренди та стратегії в Інтернет-маркетингу	Ознайомитись з сучасними трендами та стратегіями Інтернет-маркетингу контентмаркетинг, мобільна автоматизація, відеоконтент, сторітеллінг та інфографіка), що дозволить збільшити продажі та відмовитись від непрацюючих інструментів	Тести, питання
3	Landing Pag: принципи та етапи створення	Навчитись працювати з CMS-конструктором Tilda, засвоїти принципи та етапи створення Landing Pag (односторінкового сайту)	Тести, питання

4	Анатомія лендингу: функціональні елементи, дизайн, ефективність	Навчитись розробляти Landing Pag з необхідними функціональними елементами та дизайнерськими рішеннями	Тести, питання
5	Сервіси чату, зворотнього зв'язку та CRM	Навчитися інтегрувати на сайт сервіси чату, зворотнього зв'язку, під'єднувати соціальні мережі	Тести, питання
6	Веб-аналітика, основні поняття та цілі	Ознайомитись з поняттям веб-аналітики, її цілями та можливостями	Тести, питання
7	Робота з сервісами Google Search Console та Google Analytics	Навчитись працювати з сервісами Google Search Console та Google Analytics, аналізувати аудиторію, джерела трафіку, поведінку відвідувачів, конверсію	Тести, питання
8	Seo-оптимізація: базові поняття	Засвоїти базові поняття Seo-оптимізації - підбір ключових слів, створення семантичного ядра, оптимізація структури контенту	Тести, питання
9	Контент-маркетинг	Оволодіти принципами контент-маркетингу як інструменту просування сайту	Тести, питання
10	Контекстна реклама	Ознайомитись з можливостями сервісу Google Adwords	Тести, питання

Рекомендовані джерела інформації

1. Аронов А. О. Розробка методу автоматизації виявлення суперечливої інформації на основі аналізу даних сторінок сайту. Телекомунікац. та інформ. технології. №1. 2018. С. 121-126.
2. Артеменко В. Б., Артищук І. В., Гудзовата О. О. Моделювання веб-аналітики у системах управління дистанційним навчанням. Індуктивне моделювання складних систем, вип. 10, 2018. С. 5- 13.
3. Іванова С. М. Електронні науково-освітні системи у науковій та науково-педагогічній діяльності: глосарій. Київ. 2018. 42 с.
4. Іванова С. М. Проблема розвитку інформаційно-дослідницької компетентності наукових і науковопедагогічних працівників з використанням відкритих електронних науково-освітніх систем. Інформаційні технології і засоби навчання. 2018. № 6 (68). С. 291-305.
5. Ігунов С. Г., Лещенко О. Б., Лещенко Ю. О. Розробка сайту для надання послуг копірайтингу. Радіоелектрон. і комп'ютер. системи. 2018. № 2. С. 52-66.
6. Кільченко А. В. Google Analytics як засіб для здійснення аналітики веб-ресурсів наукової установи : матеріали наук.-практ. конф. (20 лют. 2019 р.). Київ. 2019. С. 109-117.
7. Кільченко А. В. Використання системи Google Analytics для формування іміджу наукових установ та закладів вищої освіти. Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології у виробництві та освіті: стан, досягнення, перспективи розвитку: матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет- конф. (12-18 берез. 2018 р.). Черкаси. 2018. С. 182-184.
8. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. -252 с.
9. Пахольчук Я. Інструменти веб-аналітики для аналізу відвідувачів сайтів. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. вип. 1(3) , 2018. С. 71-77.
10. Романенко, Л.. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ. Scientific Notes of Lviv University of Business and Law, 23, 80-84. 2019. URL: <https://nzlubb.org.ua/index.php/journal/article/view/201>
11. Савченко І. О., Сєдих О. Л., Грибков С. В. Дослідження сервісів веб-аналітики для забезпечення аналізу даних та розвитку веб-ресурсів. Сучасні тенденції розвитку інформаційних систем і телекомунікаційних технологій : матеріали Другої Міжнародної наук.-практ. конф. (19 грудня 2019 р.) Київ 2019. С. 265-268.

12. Трофименко О. Г. Козін О. Б., Задерейко О. В., Плачінда О. Є. Веб-технології та веб- дизайн : навч. посібник. Одеса : Фенікс, 2019. 284 с.
13. Шиненко М. А., Іванова С. М., Кільченко А. В., Лабжинський Ю. А. Використання сервісу Google Analytics для моніторингу сайту наукової установи. : матеріали наук.-практ. конф. (20 лют. 2019 р.). Київ. 2019. С. 91-109.
14. Яцишин А. В., Іванова С. М., Кільченко А. В. Напрями використання цифрових науково-освітніх систем для розвитку інформаційно-дослідницької компетентності наукових і науково-педагогічних працівників. Інформаційні технології в освіті та науці : зб. наук. праць Міжнар. наук.- практ. конф. (13-14 черв. 2019 р.) Мелітополь. 2019. С. 339-343.
15. Development of software service for sale of vehicles. Розробка програмного сервісу з продажу автомобілів. Системи упр., навігації та зв'язку. 2018. Вип. 4. С. 105-108.
16. Managing Digital Transformation. Per Andersson, Staffan Movin, Magnus Mähring, Robin Teigland, and Karl Wennberg (eds.). Stockholm School of Economics Institute for Research (SIR), 2018, ISBN: 978-91-86797-31-7.
17. B. Kilday, Never Lost Again: The Google Mapping Revolution That Sparked New Industries and Augmented Our Reality. Harper Business, 2018, 368 p.
18. L. Ghezzi, D. Hömberg, C. Landry, Math for the Digital Factory. Springer, 2017, 358 p.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30%	40%	30%	100%
Опитування під час занять (теми 1 - 5) - 10 балів за тему - макс. 50 балів. Модульна робота - макс. 50 балів	Опитування під час занять (теми 6 - 10) - 10 балів за тему - макс. 50 балів. Модульна робота - макс. 50 балів	Підготовка КПІЗ. - макс. 40 балів Захист КПІЗ - макс. 30 балів Виконання завдань під час тренінгу - макс. 30 балів	

Шкала оцінювання студентів:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)