



https://www.google.com/analytics

# Google Analytics

Інформаційні системи в рекламі

Overview



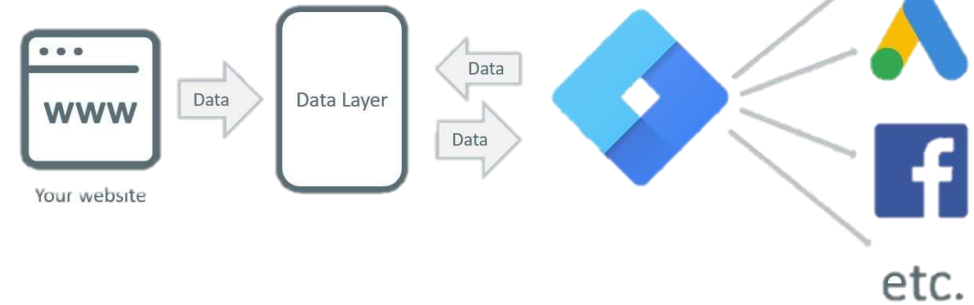
Features

Success

Викладач: к.е.н., доцент Яцюк Д.В.

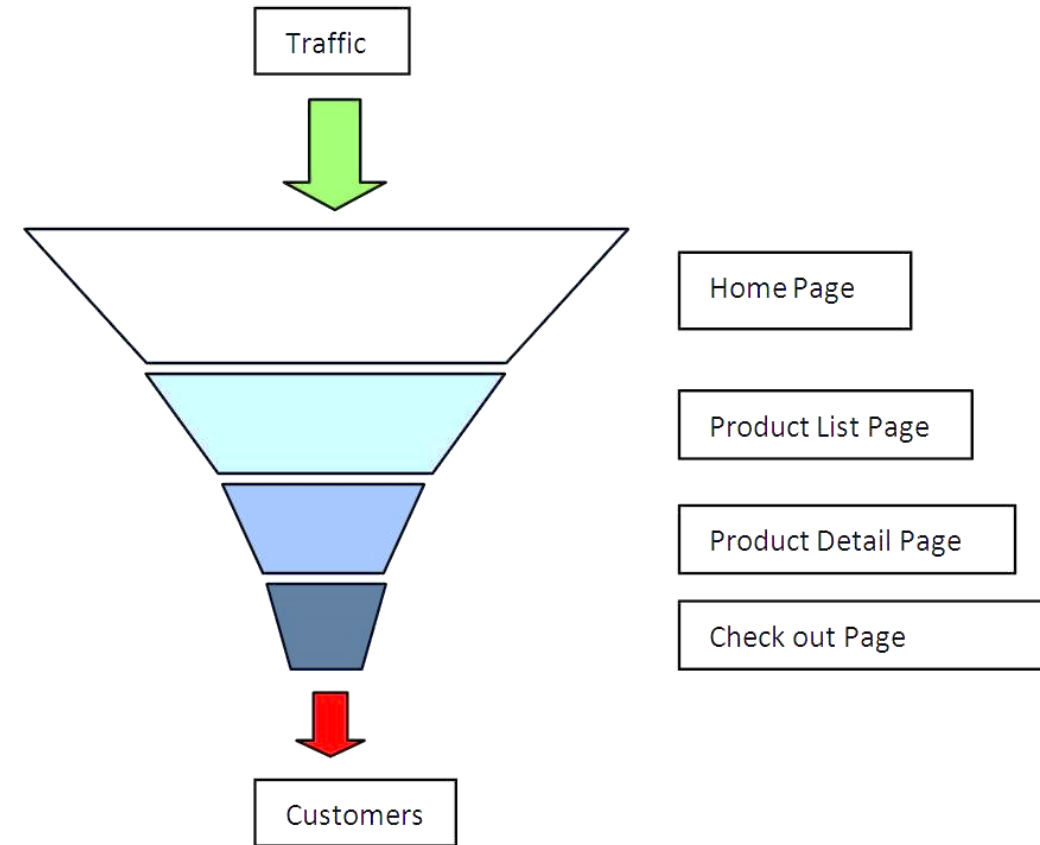
# Актуальність дисципліни

- В умовах розвитку діджиталізації в цілому та рекламної діяльності зокрема, важливим є аналіз актуальності та ефективності використання ресурсів, які можна здійснити за допомогою різних інформаційних систем: Spring Metrics, Woopra, Google Analytics, Clicky, Mint, Chartbeat, KISSmetrics, UserTesting, Crazy Egg, Mouseflow та ін.
- Інформаційно-аналітичні системи – це засоби моніторингу, що мають великі можливості для збирання, опрацювання, зберігання та візуалізації статистичних даних щодо відвідування веб-сайтів, інших ресурсів Інтернет.
- Інформаційні системи в рекламі надають можливість: спостерігати за діями відвідувачів; розраховувати конверсію; відстежувати важливі події; проводити А/В-тестування; аналізувати ефективність різних каналів реклами; спостерігати, що відбувається на сайті в режимі реального часу і т.і.



# МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

- *Метою* є формування системи спеціальних теоретичних знань та практичних навичок з питань застосування та впровадження інформаційних систем в рекламній діяльності підприємства.
- *Завданням* є вивчення теоретичних основ збору та аналізу даних, основних аспектів вимірювання результативності, контролю ефективності та оптимізації реклами в цифровому просторі, необхідних для прийняття управлінських рішень в сфері реклами та практичне застосування інформаційних систем для вирішення рекламно-комунікаційних завдань, а саме, дослідження поведінки користувачів реклами.
- *Предметом* є інформаційно-аналітичні комплекси, платформи та системи збору, моніторингу, обробки та аналізу інформації. Програма дисципліни відображає специфіку роботи спеціалістів з аналізу, планування, організації рекламних кампаній та спрямована на підготовку студентів до практичної роботи за фахом.



# ТЕМИ ЛЕКЦІЙ



1. Місце і роль інформаційних систем в рекламній діяльності підприємства
2. Термінологія, параметри та показники рекламних інформаційно-аналітичних систем
3. Основні вимоги щодо дотримання політики GDPR у сфері реклами
4. Аналітично-інформаційна система реклами Google Analytics
5. Робота з даними в Google Analytics
6. Звітність та візуалізація даних
7. Засоби налаштування основних параметрів відстеження ефективності реклами
8. Рекламно-аналітична система Facebook Business Manager
9. Відстеження поведінки користувачів за допомогою Facebook Pixel
10. Інтеграція інформаційних рекламних платформ
11. Парсинг даних
12. Системи е-моніторингу, аналітики та звітності
13. Трекінг поведінки користувачів веб-сайтів та веб-додатків
14. Аналіз медіа-контенту в інтернеті
15. Моніторинг інформації в соціальних мережах
16. CRM-системи: цілі, функції, особливості функціонування

# ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ/ПРОЄКТ

- Встановити лічильник Google Analytics на сайт.
- Налаштувати відстеження подій за допомогою Google Tag Manager
- Визначити і налаштувати мікро і макроцілі
- Побудувати звіти: джерела / канал, звіт за типами пристроїв, звіт по браузерам і ОС, звіт за місцем розташування, звіт по всіх сторінках, звіт по пошуковим запитам
- Візуалізація даних в Google Data Studio
- Інтеграція Google Analytics і Google Search Console
- Налаштування систем сповіщень в пошуковій мережі
- Інтеграція систем трекінгу лідів HotJar, Plerdy, Lead feeder
- Налаштування подій та конверсій в рекламному кабінеті Facebook
- Автоматизація передачі даних між рекламними системами
- Аналіз можливостей CRM-системи для побудови омніканального маркетингу



# Основні результати навчання

## Знати

- теоретичні й методологічні основи роботи інформаційно-аналітичних систем в рекламі, їх місце і роль в реалізації маркетингової комунікаційної стратегії
- розуміти основні метрики відслідковування ефективності рекламної активності користувачів в інтернеті
- особливості та вимоги політики GDPR щодо збору, зберігання та обробки персональних даних користувачів
- функціональні можливості інформаційно-аналітичної системи Google Analytics
- особливості та підходи до налаштування та відстеження дій користувачів на веб-сайті
- особливості роботи рекламо-аналітичної системи Facebook Business Manager
- значення та особливості налаштування коду відстеження Facebook Pixel
- сутність, роль та можливості парсингу
- засоби та системи автоматичного сповіщення в пошуковій та соціальних мережах
- основні функції та можливості сучасних CRM-систем

## Вміти

- застосовувати інформаційно-аналітичні системи в цілях реклами та маркетингові комунікації
- налаштовувати сповіщення щодо застосування політики GDPR на веб-сайті
- додавати код відстеження Google Analytics, налаштовувати цілі конверсій
- створювати та візуалізувати звіти про ефективність рекламної діяльності в Google Data Studio на основі даних Google Analytics, Facebook Analytics
- налаштовувати події та інтегрувати сторонні сервіси аналітики та відстеження
- створювати та налаштовувати Facebook Business Manager, Ads Manager інший функціонал
- створювати та налаштовувати Facebook Pixel, події та конверсії
- користуватися існуючими та створювати власний парсер даних
- налаштовувати автоматичні сповіщення в інтернеті, соціальних мережах
- інтегрувати рекламні сервіси та аналітичні платформи з CRM-системами