



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Analityka internetowa Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność Nowe technologie w inteligentnych organizacjach Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 14NMKTION.21S.11157.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski	
Prowadzący zajęcia	Kinga Adamczewska	
Okres Rok 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy na temat narzędzi analitycznych wykorzystywanych w obszarze komunikacji internetowej;
C2	Zapoznanie studentów z procesami związanymi z pozyskiwaniem, analizą danych i podejmowaniem na ich podstawie decyzji w obszarze marketingu
C3	Przygotowanie studentów do podejmowania decyzji w zakresie planowania kampanii z udziałem bieżącego monitoringu z wykorzystaniem narzędzi analitycznych
C4	Przygotowanie studentów do pracy w agencji marketingowej w obszarze analityki internetowej

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu marketingu

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Student/ka rozumie specyfikę środowiska wyszukiwarek internetowych w kontekście marketingowym	NMK_K2_W07, NMK_K2_W08, NMK_K2_W11	Projekt
W2	Student/ka zna istotę, funkcje i rodzaje narzędzi analitycznych wykorzystywanych w marketingu	NMK_K2_W03, NMK_K2_W07, NMK_K2_W10	Projekt
W3	Student/ka ma wiedzę na temat dostępnych na rynku narzędzi analitycznych i potrafi je odpowiednio dobrać do powierzonych zadań	NMK_K2_W02, NMK_K2_W03	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Student/ka umie zaplanować procesy analityczne w ramach realizowanych kampanii internetowych	NMK_K2_U02, NMK_K2_U11	Raport
U2	Student/ka skutecznie dobiera narzędzia analityczne i ich funkcje do realizacji poszczególnych etapów prowadzonej kampanii	NMK_K2_U03, NMK_K2_U04, NMK_K2_U11	Raport
U3	Student/ka potrafi wybrać adekwatne współczynniki analityczne do uzyskiwania odpowiedzi na określone pytania	NMK_K2_U01, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04	Raport
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Student/ka ma świadomość wyzwań związanych z precyzją narzędzi analitycznych w internecie	NMK_K2_K01, NMK_K2_K02	Projekt
K2	Student/ka jest przygotowany do samodzielnego i zespołowego rozwiązywania problemów związanych z raportowaniem i przepływem informacji w organizacji realizującej projekt internetowy	NMK_K2_K03, NMK_K2_K04, NMK_K2_K06	Projekt
K3	Student/ka potrafi zaprezentować i klarownie zwizualizować dane analityczne	NMK_K2_K03, NMK_K2_K05	Projekt
K4	Student/ka wyraża własną opinię na temat pozyskanych danych i interpretuje je zgodnie z obowiązującymi w komunikacji schematami i zasadami	NMK_K2_K01, NMK_K2_K03, NMK_K2_K04	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Podstawy web analytics	W1, W3	Ćwiczenia
2.	Wprowadzenie do Google Analytics	W2, W3, U3, K1	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	Definiowanie celów w obszarze analityki internetowej	W1, U3, K4	Ćwiczenia
4.	Zwiększanie skuteczności działań narzędzi analitycznych	W1, U1, U2, U3, K2	Ćwiczenia
5.	Śledzenie skuteczności działań marketingowych	W3, U3, K3	Ćwiczenia
6.	Śledzenie skuteczności witryny internetowej	W3, U2, K2	Ćwiczenia
7.	Raportowanie w analityce internetowej	W3, U1, K3, K4	Ćwiczenia
8.	Audyt pracy projektowej z analityką internetową	U2, K3, K4	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład konwersatoryjny, Metoda projektu, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Burby J., Atchison S., Actionable Web Analytics, Indianapolis 2007.
2. Zastrożna M., Google Analytics dla marketingowców, Gliwice 2013.
3. Kaushik A., Web Analytics 2.0. Świadome rozwijanie witryn internetowych, Gliwice 2013.

Dodatkowa

1. Cutroni J., Google Analytics. Understanding Visitor Behavior, London 2010.
2. Tonkin S., Whitmore C., Cutroni J., Performance Marketing with Google Analytics. Strategies and Techniques for Maximizing Online ROI, Indianapolis 2010.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	10

Przygotowanie projektu	40
Przygotowanie raportu	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
NMK_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej w zakresie komunikowania w nowych mediach
NMK_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu społecznym i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
NMK_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
NMK_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
NMK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
NMK_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych w nowych mediach, zagrożeń w przestrzeni internetowej dotyczącej komunikowania
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związane z sektorem nowych mediów i komunikacji społecznej
NMK_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i internetu, a także procesów w nich zachodzących i identyfikowania rządzących nim prawidłowości
NMK_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców nowych mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług
NMK_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie znaczenie nowych technologii komunikacyjnych w funkcjonowaniu organizacji i sposobach pracy w redakcjach, działach odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne instytucji komercyjnych i niekomercyjnych, a także sposoby prowadzenia działalności gospodarczej w przestrzeni internetowej