



UNIWERSYTET  
IM. ADAMA MICKIEWICZA  
W POZNANIU

## Analityka internetowa Sylabus zajęć

### Informacje podstawowe

|                                                                              |                                                                                              |                                                       |                                 |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>Nowe media w komunikacji                          |                                                                                              | <b>Cykl dydaktyczny</b><br>2024/25                    |                                 |
| <b>Specjalność</b><br>Nowe technologie w inteligentnych organizacjach        |                                                                                              | <b>Kod zajęć</b><br>14NMKTIOS.22S.11157.24            |                                 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa |                                                                                              | <b>Języki wykładowe</b><br>polski                     |                                 |
| <b>Poziom studiów</b><br>studia drugiego stopnia                             |                                                                                              | <b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy specjalnościowy |                                 |
| <b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne                                   |                                                                                              | <b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty specjalnościowe   |                                 |
| <b>Profil studiów</b><br>profil praktyczny                                   |                                                                                              |                                                       |                                 |
| <b>Koordynator zajęć</b>                                                     | Szymon Ossowski                                                                              |                                                       |                                 |
| <b>Prowadzący zajęcia</b>                                                    | Kinga Adamczewska                                                                            |                                                       |                                 |
| <b>Okres</b><br>Semestr 2                                                    | <b>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</b><br>• Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną |                                                       | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>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 |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Wiedzy - Student/ka:</b>                  |                                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| W1                                           | Student/ka rozumie specyfikę środowiska wyszukiwarek internetowych w kontekście marketingowym                                                                                         | NMK_K2_W07,<br>NMK_K2_W08,<br>NMK_K2_W11 | Projekt                                                      |
| W2                                           | Student/ka zna istotę, funkcje i rodzaje narzędzi analitycznych wykorzystywanych w marketingu                                                                                         | NMK_K2_W03,<br>NMK_K2_W07,<br>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,<br>NMK_K2_W03                | Projekt                                                      |
| <b>Umiejętności - Student/ka:</b>            |                                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| U1                                           | Student/ka umie zaplanować procesy analityczne w ramach realizowanych kampanii internetowych                                                                                          | NMK_K2_U02,<br>NMK_K2_U11                | Raport                                                       |
| U2                                           | Student/ka skutecznie dobiera narzędzia analityczne i ich funkcje do realizacji poszczególnych etapów prowadzonej kampanii                                                            | NMK_K2_U03,<br>NMK_K2_U04,<br>NMK_K2_U11 | Raport                                                       |
| U3                                           | Student/ka potrafi wybrać adekwatne współczynniki analityczne do uzyskiwania odpowiedzi na określone pytania                                                                          | NMK_K2_U01,<br>NMK_K2_U03,<br>NMK_K2_U04 | Raport                                                       |
| <b>Kompetencji społecznych - Student/ka:</b> |                                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| K1                                           | Student/ka ma świadomość wyzwań związanych z precyzją narzędzi analitycznych w internecie                                                                                             | NMK_K2_K01,<br>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,<br>NMK_K2_K04,<br>NMK_K2_K06 | Projekt                                                      |
| K3                                           | Student/ka potrafi zaprezentować i klarownie zwizualizować dane analityczne                                                                                                           | NMK_K2_K03,<br>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,<br>NMK_K2_K03,<br>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   | <p>bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne</p> <p>dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne</p> <p>niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne</p> |

### 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              | 15                                                                  |

|                                     |                            |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Przygotowanie projektu              | 35                         |
| Przygotowanie raportu               | 10                         |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>60 |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>          | <b>ECTS</b><br>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 |