

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования, первый
проректор

Хагуров Г.А.

«30» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.19 ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

Направление подготовки / специальность:	38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) / специализация:	Электронная коммерция и интернет-маркетинг
Форма обучения:	очная, очно-заочная заочная
Квалификация:	БАКАЛАВР

Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины Б1.В.19 Поисковая оптимизация составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Программу составил:
Бутко Р.А., доцент кафедры маркетинга
и торгового дела

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга
и торгового дела
Протокол заседания кафедры № 7 от 30.04.2023

Заведующий кафедрой Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического
факультета

Протокол УМК от 19.05.2023 №8
Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

_____ Мишенина Е.А., генеральный директор,
ООО «АгроМаркет-Трейд»

_____ Трубников М.А., зам. директора,
ООО «ЭРА Технологий»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель дисциплины: сформировать понимание процессов оптимизации сайтов, развить навыки разработки и реализации стратегий продвижения любого сайта в сети интернет.

1.2. Задачи дисциплины:

- изучить основы поисковой оптимизации сайтов сети Интернет;
- освоить навыки администрирования и оптимизации сайтов;
- изучить основные инструменты продвижения сайтов в сети интернет.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Поисковая оптимизация» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины: Реклама и продвижение в интернет, Веб-дизайн, Стратегии интернет-маркетинга, Веб-аналитика.

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Маркетинговый аудит.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Знает основы функционирования поисковых машин Знает типы сайтов, структуру и особенности их проектирования Умеет проектировать сайты в соответствии с требованиями поисковых машин Умеет оптимизировать структуру сайта и его контентное наполнение по требованиям поисковых машин Разрабатывает стратегию продвижения в поисковых системах Оптимизирует сайты в соответствии с требованиями поисковых машин
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК- 4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в	Знает основы разработки и реализации рекламных стратегий в сети Интернет

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
соответствии с требованиями поисковых машин	Знает методы и инструменты продвижения торгового предприятия в сети Интернет
	Умеет проектировать сайты в соответствии с требованиями поисковых машин Умеет оптимизировать рекламные кампании в сети Интернет
	Разрабатывает стратегию продвижения в сети Интернет Применяет функции управления в процессе реализации стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		Х семестр (часы)	6 семестр (часы)	6 семестр (часы)	Х курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			54,2	28,2	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа			18	12	
практические занятия			34	12	
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)			2	4	
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2	0,2	
Самостоятельная работа, в том числе:			17,8	43,8	
Практическое задание			6	10	
Работа в малых группах (подготовка)			2	4	
Реферат/эссе (подготовка)			2	6	
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)			7,8	23,8	
Контроль:					
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.		72	72	
	в том числе контактная работа		54,2	28,2	

	зач. ед			2	2	
--	---------	--	--	---	---	--

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Факторы ранжирования сайтов в поисковой сети	6	2	2		2
2.	Инструменты продвижения в п/с Яндекс	8	2	4		2
3.	Внутренняя оптимизация сайтов	8	2	4		2
4.	Внешняя оптимизация сайтов	8	2	4		2
5.	Работа с контентом сайтов	8	2	4		2
6.	Поведенческие факторы, коммерциализация запросов	10	2	6		2
7.	Взаимосвязь продвижения сайта и иных каналов продвижения компании в сети интернет	2	2	-		-
8.	Преимущества поисковой оптимизации	7,8	2	4		1,8
9.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	12	2	6		4
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	69,8	18	34		17,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (*курсе*) (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Факторы ранжирования сайтов в поисковой сети	8	2			6
2.	Инструменты продвижения в п/с Яндекс	8	2			6
3.	Внутренняя оптимизация сайтов	10	2	2		6
4.	Внешняя оптимизация сайтов	12	2			10
5.	Работа с контентом сайтов	12		2		10
6.	Поведенческие факторы, коммерциализация запросов	12		2		10
7.	Взаимосвязь продвижения сайта и иных каналов продвижения компании в сети интернет	16,8		2		14,8
8.	Преимущества поисковой оптимизации	14	2	2		10
9.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	10	2	2		6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	67,8	12	12		43,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Факторы ранжирования сайтов в поисковой сети	Обзор существующих поисковых машин. Порядок функционирования поисковой машины. Понятие индекса поисковой машины. Понятие алгоритмов поисковой машины и история их развития. Поисковая выдача. 4 основных факторов ранжирования.	ПЗ
2.	Инструменты продвижения в п/с Яндекс	Особенности интернет-пользователей в мире и России. Маркетинговые интернет-исследования. Определение спроса на продаваемые товары и/или услуги. "Подводные камни" расчетов. Система интернет-маркетинговых инструментов. Этапы разработки стратегии продвижения в интернете. Составление бизнес-плана. Сервисы мониторинга позиций, аудита, контроль задач.	ПЗ Р
3.	Внутренняя оптимизация сайтов	Техническая оптимизация. Дубли страниц и контента. Перелинковка страниц. 404 ошибки. Ошибки в мета-тэгах. Исправление уникальности контента.	ПЗ Т
4.	Внешняя оптимизация сайтов	Что такое ссылочный профиль сайта. Какие показатели есть у ссылок и сайта. Как усиливать сайт ссылочной стратегией в Яндекс и в Google.	ПЗ

5.	Работа с контентом сайтов	<p>Определение целей поискового продвижения. Работа оптимизатора. Внесение изменений на сайт разработчиком. Работа службы контента. Софт для автоматизации SEO. Конверсионная оптимизация как отдельный постоянный объем работы.</p>	ПЗ
6.	Поведенческие факторы, коммерциализация запросов	<p>Формирование семантического ядра сайта. Написание заголовков. Мета теги сайта, перелинковка страниц сайта. Виды ПФ. Работа с ПФ.</p>	ПЗ Т
7.	Взаимосвязь продвижения сайта и иных каналов продвижения компании в сети интернет	<p>Как использовать канал поисковой оптимизации для усиления платной рекламы. Усиление в соц. сетях и на других платформах.</p>	ПЗ
8.	Преимущества поисковой оптимизации	<p>Отличие конверсии SEO с другими видами рекламы Сколько стоит SEO и отличие от контекстной рекламы Первый месяц продвижения Как рассчитать свой бюджет на продвижение</p>	ПЗ
9.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	<p>Работа с Яндекс.Метрикой, HotJar. Посещаемость сайта; число оставленных заявок через формы обратной связи; количество входящих вызовов на телефонный номер; проведение специальных акций, подразумевающих размещение информации исключительно на сайте; источник трафика; определение времени пребывания на страницах сайта; определение страниц, с которых начато и которыми закончено посещение сайта; выявлением страниц-проводников; статистика показателей отказов; определением ключевых фраз, по которым пользователи перешли на сайт; социально-демографическими факторы; расчет процентного показателя новых посетителей; числом совершенных покупок с сайта.</p>	ПЗ Р

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Особенности он-лайн продвижения компании в сети Интернет	<p>Обзор существующих поисковых машин. Порядок функционирование поисковой машины. Понятие индекса поисковой машины. Понятие алгоритмов поисковой машины и история их развития. Поисковая выдача. 4 основных факторов ранжирования.</p>	ПЗ

2.	Каналы продаж и продвижения компании в сети интернет	Особенности интернет-пользователей в мире и России. Маркетинговые интернет-исследования. Определение спроса на продаваемые товары и/или услуги. "Подводные камни" расчетов. Система интернет-маркетинговых инструментов. Этапы разработки стратегии продвижения в интернете. Составление бизнес-плана. Сервисы мониторинга позиций, аудита, контроль задач.	ПЗ Р
3.	Разработка сайтов и выбор каналов их продвижения в сети интернет	Техническая оптимизация. Дубли страниц и контента. Перелинковка страниц. 404 ошибки. Ошибки в мета-тэгах. Исправление уникальности контента.	ПЗ Т
4.	Особенности функционирования поисковых систем	Что такое ссылочный профиль сайта. Какие показатели есть у ссылок и сайта. Как усиливать сайт ссылочной стратегией в Яндекс и в Google.	ПЗ
5.	Администрирование сайтов и поисковая оптимизация сайтов	Определение целей поискового продвижения. Работа оптимизатора. Внесение изменений на сайт разработчиком. Работа службы контента. Софт для автоматизации SEO. Конверсионная оптимизация как отдельный постоянный объем работы.	ПЗ
6.	Оптимизация контента сайта	Формирование семантического ядра сайта. Написание заголовков. Мета теги сайта, перелинковка страниц сайта. Виды ПФ. Работа с ПФ.	ПЗ Т
7.	Взаимосвязь продвижения сайта и иных каналов продвижения компании в сети интернет	Как использовать канал поисковой оптимизации для усиления платной рекламы. Усиление в соц. сетях и на других платформах.	ПЗ
8.	Бюджетирование работ по поисковой оптимизации	Отличие конверсии SEO с другими видами рекламы Сколько стоит SEO и отличие от контекстной рекламы Первый месяц продвижения Как рассчитать свой бюджет на продвижение	ПЗ
9.	Анализ эффективности продвижения сайта в сети интернет	Работа с Яндекс.Метрикой, HotJar. Посещаемость сайта; число оставленных заявок через формы обратной связи; количество входящих вызовов на телефонный номер; проведение специальных акций, подразумевающих размещение информации исключительно на сайте; источник трафика; определение времени пребывания на страницах сайта; определение страниц, с которых начато и которыми закончено посещение сайта; выявлением страниц-проводников; статистика показателей отказов;	ПЗ Р

		определением ключевых фраз, по которым пользователи перешли на сайт; социально-демографическими факторы; расчет процентного показателя новых посетителей; числом совершенных покупок с сайта.	
--	--	--	--

написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т), Практическое задание (ПЗ)

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, подготовка письменных практических работ, самостоятельная работа студентов, работа с он-лайн редакторами.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, работа в малых группах, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Поисковая оптимизация».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме *тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, разноуровневых заданий, тестовых заданий, работы в малых группах* и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Знает основы функционирования поисковых машин Знает типы сайтов, структуру и особенности их проектирования	Практическое задание Реферат	Вопросы к зачёту
		Умеет находить и устранять ошибки с требованиями поисковых машин Умеет оптимизировать сайт и его контентное наполнение по требованиям поисковых машин	Практическое задание Работа в малых группах	Вопросы к зачёту
		Разрабатывает стратегию продвижения в поисковых системах Оптимизирует сайты в соответствии с требованиями поисковых машин	Практическое задание Работа в малых группах Реферат	Вопросы к зачёту
2	ИПК- 4.10 Оптимизирует содержание и структуру	Знает основы функционирования поисковых машин	Практическое задание Тестирование	Вопросы к зачёту

	сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Знает типы сайтов, структуру и особенности их проектирования		
		Умеет находить и устранять ошибки с требованиями поисковых машин Умеет оптимизировать сайт и его контентное наполнение по требованиям поисковых машин	Практическое задание Тестирование	Вопросы к зачёту
		Разрабатывает стратегию продвижения в поисковых системах Оптимизирует сайты в соответствии с требованиями поисковых машин	Практическое задание Работа в малых группах Реферат	Вопросы к зачёту

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
Примерный перечень вопросов и заданий

Практические задания

Задание 1. Провести анализ сайта в сети Интернет. Дать рекомендации по поисковому продвижению в Яндекс.

Задание 2. Провести глубокий аудит сайта через сервисы (Labrika или др.).

Задание 3. Провести аудит интернет-магазина

Задание 4. Составить семантическое ядро. Подключите ключевые фразы по продукту/компании. Проведите уточнение через Wordstat. Дополните минус-словами. Проведите разбивку по смыслу.

Задание 5. Провести аудит seo стратегии конкурентов в нише.

Задание 6. Сформулировать основные стратегии продвижения для Яндекса.

Задание 7. Воспользоваться Яндекс.Метрикой, собрать данные в течение 1 недели и сделать выводы, основываясь на проанализированных данных (трафик, уровень конверсии, гипотезы для повышения уровня конверсии).

Задание 8. Воспользоваться Яндекс.Вебмастером и проработать сниппеты сайта через админку, выставить региональность, выявить трендовые запросы, проблемы индексирования и прочее.

Реферат

Тематика рефератов

1. Современные системы аналитики сайтов
2. Основы SEO-продвижения.
3. Принципы и особенности внедрения в современных реалиях работы поисковых интернет-систем.
4. Сайт как основной маркетинговый инструмент в Интернете. Назовите классификацию сайтов.
5. Концепция маркетинга в сети Интернет.
6. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.
7. Интеграция маркетинговых коммуникаций.
8. Взаимодействие SMM и SEO.
9. Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.

Семантическое ядро сайта. Контентные факторы ранжирования.

Тестовые вопросы

1. Рассчитайте стоимость привлечения клиента, если цена клика 7 руб. и конверсия 0,6 %:

16

a. 125,7 руб.;

b. 756,4 руб.;

c. 1167 руб.

2. Аудитория геоинформационных сервисов в месяц в России составляет:

a. несколько сотен тысяч человек;

b. несколько миллионов человек;

c. несколько сотен миллионов человек.

3. Панда – это фильтр Google, санкционирующий за:

a. взрослый контент на сайте;

b. покупку ссылок;

c. SEO, некачественные и неуникальные тексты.

4. Продолжите фразу: большой «вес» страниц сайта ...

a. улучшает его видимость в поисковых системах;

b. не влияет на видимость сайта в поисковых системах;

c. понижает его видимость в поисковых системах.

5. Лендинг пейдж – это...

a. страница, развернуто презентующая товар или услугу, предназначенная для приема рекламного трафика;

b. специальная страница с контактами и схемой проезда на сайте;

c. небольшой сайт компании из 3–5 страниц.

6. Частота для запроса “купить часы” (оператор кавычки) не включает запросы:

a. купить SWOTCH;

b. купить смарт часы;

c. купить для часов.

7. CTR – это...

a. кликабельность объявления (отношение числа кликов к числу показов);

b. центр текстовой релевантности;

c. кликабельность объявления (отношение числа показов к числу кликов).

8. При настройке рекламы в РСЯ ...

a. нужно использовать корректировки ставок;

b. можно использовать высокочастотные и мусорные запросы, относящиеся к тематике;

c. нужно использовать только запросы с точной частотой не менее 1000.

9. Яндекс Вебмастер – это...

a. сервис, агрегирующий данные о сайте в Яндексе;

b. сервис, агрегирующий данные о сайте в Яндексе и в Google;

c. сервис аналитика посещаемости сайта.

10. Умная лента – это...

a. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов и качества соединения в момент показа;

b. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов,

c. формата контента и качества соединения в момент показа, а также других параметров;

d. алгоритм определения, что вам показывать на основе ваших интересов.

11. Engagement rate вычисляется как...

a. отношение числа лайков и комментариев последнего поста к числу

- просмотров;
- в. отношение числа просмотров постов за сутки к числу подписчиков группы;
- с. отношение среднего числа активностей на пост (лайков, шергов, комментариев) к числу подписчиков группы.

12. AIDA расшифровывается как...

- а. визит – посещение – конверсия – продажа;
- в. внимание – интерес – желание – действие;
- с. настройка – привлечение внимания – взятие лида – контакт с лидом.

13. Конверсия – это...

- а. отношение числа пользователей, совершивших целевое действие за день, к общему числу визитов на сайте за месяц в процентах;
- в. отношение числа совершивших целевое действие к общему трафику, в процентах;
- с. отношение числа купивших к числу не купивших, в процентах.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Поисковые машины и каталоги
2. Поисковые системы
3. Эффективный поиск информации. Язык поисковых машин
4. Понятие и виды спама
5. Понятие хостинга
6. Регистрация в поисковых системах. Стандарт исключения для поисковых систем
7. Баннер. Эффективность баннера. Текстовые баннеры. Интерактивные баннеры. Службы баннерного обмена. Размещаем баннер на сайте
8. Понятие ранжирования
9. Что такое Title, Description, Keywords. Их влияние на продвижение сайта
10. Что нельзя делать чтобы не выпасть из выдачи Google
11. Особенности продвижения сайта в Яндекс
12. Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы
13. Внешняя оптимизация. Общие положения и методы
14. Бесплатная внешняя оптимизация сайта
15. Виды поисковых запросов: низкочастотные, среднечастотные, высокочастотные и long tail запросы
16. Ключевые слова для продвижения сайта
17. Семантическое ядро сайта
18. Причины, по которым посетители могут покинуть сайт
19. Влияние уникального дизайна на продвижение сайта
20. Черное SEO
21. Перелинковка сайта
22. Методы SEO-оптимизации.
23. Работа с внутренней оптимизацией.
24. Внешнее окружение и его значение для сайта.
25. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения.
26. Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.
27. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
28. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.

29. Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.
30. Регистрация каталога. Работы по инструментарию Google Analytics и Яндекс метрика.
31. Поисковый маркетинг
32. SEO (search engine optimization, поисковая оптимизация)
33. SMO (social media optimization, продвижение сайта в социальных медиа-сетях) и SMM (social media marketing, маркетинг в социальных медиа-сетях)
34. Счетчики
35. Cookies

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»:

- полное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в строгом соответствии излагаемого студентом материала учебной литературы, конспектов лекций и практических занятий;
- демонстрация знаний дополнительного материала;
- чёткие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента.

«не зачтено»:

- недостаточное знание всего учебного материала по курсу, выражающееся в слишком общем соответствии либо в отсутствии соответствия излагаемого студентом материала учебной литературы, конспектов лекций и практических занятий;
- нечёткие ответы или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объём знаний студента;
- отсутствие подготовки к зачёту или отказ от сдачи зачета.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 301 с. - <https://biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0>.

2. Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация : практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017.

Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNIANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy i otvety](http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety)

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Программа дисциплины «Поисковая оптимизация» включает практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием рекомендованной литературы, выполнение практических, подготовка рефератов и научных работ.

Форма итогового контроля – зачёт.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях. Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по важнейшим проблемам курса;
- закрепление знаний и умения излагать сущность анализируемых мирохозяйственных явлений и процессов;
- формирование навыков аналитической работы.

Все это позволит студенту приобрести навыки профессионального мастерства, выработать свое собственное отношение к происходящим процессам в профессиональной деятельности, самостоятельно подбирать информационные источники, формулировать навыки осуществления эффективной коммуникации.

Практические занятия шлифуют профессиональное мастерство, дают возможность правильно формулировать ответы на вопросы, свободно изъясняться при помощи экономической лексики, тренироваться в публичных выступлениях, чувствовать себя уверенно в дискуссиях.

Практические занятия позволяют обобщить изученный материал, получить результат анализируемой ситуации, решить задачу или разобраться в экономической ситуации, модели.

Основным видом изучения курса «Поисковая оптимизация» является самостоятельная работа студентов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Цель самостоятельной работы:

- систематизация и закрепления получения теоретических знаний и умений;
- формирования умений использовать нормативную и правовую, справочную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
- выполнение эссе, рефератов;
- индивидуальные и групповые консультации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

<p>Учебные аудитории для проведения лабораторных работ</p> <p>Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н</p>	<p>Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics</p>
<p>Лаборатория управления в технических системах 207Н</p>	<p>Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>
<p>Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А</p>	<p>Панель интерактивная, Конференц-система, Микшер-усилитель, Подавитель акустической обратной связи, Настенный громкоговоритель, Радиосистема, Микрофон на гибком держателе, Моноблок НР, Документ-камера, Беспроводная точка доступа, Система видеоотображения, ЖК панель, Сплитер, Мультимедийная трибуна лектор, Система видеоконференцсвязи, Плакаты</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8</p>
<p>Лаборатория экономики и управления 212Н</p>	<p>Презентации и плакаты, Многофункциональный профессиональный видео детектор банкнот и ценных бумаг, Счетчики банкнот, Инфракрасный детектор банкнот и ценных бумаг, Универсальный детектор банкнот и ценных бумаг, Детектор подлинности банкнот, Ящик денежный, Планшетный импринтер, Усилитель автономный беспроводной</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>
<p>Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А</p>	<p>Лабораторные стенды, Типовой комплект учебного оборудования, Стенды-тренажеры, Стенд-планшет, Тренажерный комплекс по применению первичных средств пожаротушения, Комплекс – тренажер по оказанию первой доврачебной помощи, Робот-тренажер, Комплект плакатов, Комплект демонстрационных пособий, Комплект аудиовизуальных пособий</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>

Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
--	---	--

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus