

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**Б1.В.ДЭ.02.02 «Основы поисковой оптимизации»**  
(код и наименование дисциплины)

**Объем трудоемкости:** 3 зачетных единицы

**Целью дисциплины** является ознакомление студентов с основами поисковой оптимизации (SEO-оптимизации), устройством поисковых систем, ранжированием сайтов в выдаче результатов поиска, приобретение теоретических знаний и практических навыков в создании и применении контекстной рекламы, влияние контекстной рекламы на SEO.

**Задачи изучения дисциплины:**

- овладение знаниями и навыками, необходимыми для постановки и практического решения задач по осуществлению комплекса мер с целью поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей;
- обучение осуществлению анализа эффективности поисковой оптимизации;
- овладение навыком выбора позиции показа объявлений.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «**Основы поисковой оптимизации**» относится к вариативной части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана 38.04.05 «Бизнес-информатика», магистерская программа «Инновации и бизнес в сфере информационных технологий» и является элективной дисциплиной.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения:

- Организация научно-исследовательской деятельности (научный семинар 1, 2);
- Информационный менеджмент;
- Актуальные проблемы информационного обеспечения экономической деятельности;
- Информационные технологии бизнес-аналитики;
- Проектно-технологическая практика (часть 2).

Перечень последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом:

- Организация научно-исследовательской деятельности (научный семинар 4);
- Управление информационно-технологическим сервисом и контентом;
- Научно-исследовательская работа;
- Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-компаний</b>	
ИПК-2.1 Демонстрирует способность осуществлять переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает основы поисковой оптимизации Знает основные виды рекламы в Интернете Знает принципы функционирования современных социальных медиа
	Умеет разрабатывать стратегию продвижения проекта Умеет проводить анализ информации от заказчика
	Владеет навыками ведения переговоров с заказчиками по вопросу продвижения Владеет навыками определения целей продвижения

ИПК-2.3 Демонстрирует способность составлять стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает принципы функционирования поисковых машин Знает основы веб-дизайна и основы проектирования веб-сайтов
	Умеет осуществлять планирование на каждом этапе продвижения Умеет создавать веб-сайты
	Владеет навыками составления заданий для формирования договоров на продвижение Владеет навыками анализа работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в Интернете
ИПК-2.4 Демонстрирует способность формировать и обосновывать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает принципы формирования бюджета продвижения проекта Знает основные методы разработки бюджета продвижения проекта
	Умеет вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика Умеет обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения
	Владеет навыками оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения Владеет навыками планирования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
<b>ПК-5. Способен управлять информационной средой и ИТ-инновациями</b>	
ИПК-5.7 Демонстрирует способность управлять специалистами, обслуживающими и развивающими информационную среду и ИТ-инновации	Знает международные и отечественные стандарты управления ИТ-рисками и кибербезопасностью Знает принципы оценки ИТ-грамотности сотрудников и методы продвижения ИТ
	Умеет разрабатывать стратегию управления ИТ-рисками и кибербезопасностью и формировать команду для ее реализации Умеет оценивать уровень ИТ-грамотности сотрудников
	Определяет принципы, методы и средства управления ИТ-рисками и кибербезопасностью Проводит оценку уровня ИТ-грамотности сотрудников и разрабатывает меры по его повышению

**Содержание дисциплины:**

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины  
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*очная форма обучения*)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС

1.	Поисковые системы. История и современное состояние. Мировой и отечественный опыт развития поисковых систем.	12	1		1	10
2.	Поисковая система как медиа-портал. Реклама на главной странице и в тематических разделах.	16	1		1	14
3.	Контекстная реклама. Основные характеристики контекстной рекламы.	22	2		4	16
4.	Электронные ресурсы, электронная библиотека	17	1		2	14
5.	Принцип оплаты контекстной рекламы. Эффективность контекстной рекламы.	16	1		2	13
6.	Поисковая оптимизация (search engine optimization, SEO).	24,8	2		6	16,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	107,8	8		16	83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	<b>108</b>	<b>8</b>		<b>16</b>	<b>83,8</b>

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*заочная форма обучения*)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Поисковые системы. История и современное состояние. Мировой и отечественный опыт развития поисковых систем.	12,5	0,5			12
2.	Поисковая система как медиа-портал. Реклама на главной странице и в тематических разделах.	17,5	0,5		1	16
3.	Контекстная реклама. Основные характеристики контекстной рекламы.	21	1		2	18
4.	Электронные ресурсы, электронная библиотека	15,5	0,5		1	14
5.	Принцип оплаты контекстной рекламы. Эффективность контекстной рекламы.	15,5	0,5		1	14
6.	Поисковая оптимизация (search engine optimization, SEO).	22	1		3	18
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4		8	92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	<b>108</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>96</b>

**Курсовая работа:** не предусмотрена

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет

Автор доктор экономических наук, профессор В.А. Сидоров.