

ВСТУП

Пошукова оптимізація як складова Інтернет-маркетингу на сьогоднішній день є дуже потужним інструментом просування власного веб-сайту підприємства, продукту чи послуги в пошукових системах. Це стало можливим за рахунок розвитку комп'ютерних систем, технологій і мереж, зокрема глобальної мережі Інтернет.

Одним з головних джерел донесення інформації до споживачів в мережі Інтернет виступають саме веб-сайти, які налічують велику кількість даних та які розташовані на електронних сторінках.

Збільшення кількості сторінок в мережі Інтернет породжують великі труднощі в пошуку і орієнтуванні серед великих масивів інформації. Саме для ефективної навігації та виявленню необхідної інформації була створена пошукова мережа, яка за допомогою пошукової оптимізації допомагає підвищити позиції веб-сайту в списку сторінок, знайдених пошуковими системами за конкретними запитами.

Навчальна дисципліна «Пошукова оптимізація» орієнтована на розвиток у студентів компетентностей у сфері теоретичного та практичного освоєння методології пошукової оптимізації в мережі Інтернет та використання сучасних інструментів аналітики.

Метою навчальної дисципліни «Пошукова оптимізація» є дослідження та вивчення принципів, методів та підходів до розв'язання завдань оптимізації сайтів в контексті роботи пошукових систем/

Завданнями навчальної дисципліни є: спрямованість на вивчення та розробку методів, стратегій та алгоритмів для ефективного знаходження найкращих рішень роботи сайтів з пошуковими системами.

Предметом навчальної дисципліни є технології, особливості побудови оптимізації веб-сайтів та пошукової оптимізації.

Об'єкт навчальної дисципліни є процес оптимізації веб-сайту для підвищення позицій в списку сторінок пошукових мереж, знайдених за конкретними запитами користувачів

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
ПРН1	ЗК2, ЗК4
ПРН2	ЗК4
ПРН15	ЗК6
ПРН16	СК10

де, ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН16. Вміти застосовувати сучасні технології і методи ухвалення управлінських рішень в маркетингу та навичок їх використання при прийнятті рішення щодо напрямів розвитку підприємства, розробці проектів інновацій в умовах ризикованості, подолання конфліктів і мінливості бізнес-середовища.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК10. Здатність застосовувати сучасні маркетингові технології та інструменти для ухвалення маркетингових рішень і набуття креативних навичок розробки інноваційних продуктів.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основні аспекти пошукової оптимізації

Тема 1. Основні поняття пошукової оптимізації.

1.1. Поняття та завдання пошукової оптимізації.

Визначення та сутність поняття пошукової оптимізації. Завдання які переслідує пошукова оптимізація в контексті роботи з сайтами.

1.2. Види пошукової оптимізації.

Аналіз та виявлення видів пошукової оптимізації та різноманітних підходів для покращення видимості та рейтингу веб-ресурсу в пошукових системах.

1.3. Методи пошукової оптимізації.

Визначення методів та практик пошукової оптимізації, використання різноманітних стратегій та підходів для покращення видимості та позицій веб-сайту в пошукових системах.

Тема 2. Технології пошукового маркетингу.

2.1. Поняття та види пошукового маркетингу.

Визначення та поняття пошукового маркетингу в контексті пошукової оптимізації.

2.2. Методи пошукового маркетингу.

Особливості та різноманітні підходи для підвищення видимості та привертання цільової аудиторії через пошукові платформи.

2.3. Пошукова оптимізація як ключовий інструмент пошукового

маркетингу.

Місце пошукової оптимізації в системі пошукового маркетингу, його важливість та роль.

Тема 3. Особливості роботи пошукових систем

3.1. Пошукова система: поняття та види

Визначення поняття пошукової системи. Види, поняття та відмінності

3.2. Особливості пошукової видачі

Визначення особливостей пошукової видачі в контексті роботи різних пошукових систем

3.3. Санкції та фільтри пошукових систем

Особливості санкцій та фільтрів, які використовують пошукові системи в своїй роботі

Тема 4. Основні типи та етапи розробки web-сайтів.

4.1. Основні типи веб-сайтів та їх завдання.

Виявлення та визначення завдання та специфіку типів web-сайтів, спрямованих на задоволення потреб споживачів

4.2. Поняття про хостинг веб-сайту та доменного імені

Визначення поняття «хостинг» та «доменне ім'я», їх специфіка та особливості використання

Змістовий модуль 2. Інструменти та технології пошукової оптимізації.

Тема 5. Внутрішня оптимізація сайту

5.1. Особливості внутрішньої оптимізації веб-сайту

Визначення методів та стратегій для покращення видимості та ефективності веб-сайту через вдосконалення його внутрішнього вмісту та структури

5.2. Внутрішні фактори, які впливають на ранжування веб-сайтів у пошукових системах.

Встановлення внутрішніх аспектів, які впливають на сприйняття та оцінку сайту пошуковими системами.

5.3. Унікальність контенту.

Унікальність контенту як одна з важливих складових вмісту сайту, що забезпечує покращенню позицій веб-сайту у пошукових системах. Визначення підвищення авторитетності сайту та здатності привертати цільову аудиторію.

Тема 5. Особливості побудови семантичного ядра сайту.

6.1. Поняття та методологія створення семантичного ядра сайту.

Сутність поняття «семантичне ядро сайту». Його необхідність та методи створення

6.2. Типи пошукових запитів.

Визначення видів та типів пошукових запитів, їх природа, мета та специфіка.

6.3. Інструменти для роботи з семантичним ядром.

Виявлення та визначення сучасних методів та програмних засобів, які призначені для ефективної роботи зі семантичним ядром в контексті пошукової оптимізації

Тема 7. Зовнішня оптимізація сайту.

7.1. Особливості ранжування посилань.

Ключові аспекти алгоритмів пошукового ранжування, пов'язаного з вагомістю та значенням посилань для визначення авторитетності веб-сайту.

7.2. Типи посилань та анкорів.

Визначення критеріїв, за якими пошукові системи оцінюють якість та вплив посилань, включаючи джерела, релевантність та анкорні тексти

7.3. Аудит посилань веб-сайту.

Аналіз системи посилань, який спрямований на оцінку якості, релевантності та впливу внутрішніх та зовнішніх посилань. Методи та інструменти для виявлення недоліків, штучного надмірного використання анкорних текстів та інших проблем.

Тема 8. Інструменти аналітики пошукової оптимізації.

8.1. Поняття та існуючі методології веб-аналітики.

Виявлення основних понять та методів аналізу даних пов'язаних з веб-сайтами для подальшого розуміння їх ефективності та взаємодії з аудиторією

8.2. Особливості роботи з: Google Search Console, Google Analytics, Google tag Manager.

Особливості роботи сучасного програмного забезпечення пошукової системи Google

8.3. Основні показники ефективності веб-сайта.

Виявлення та дослідження ключових метрик та показників, які використовуються для оцінки та вимірювання результатів діяльності веб-сайту.

Перелік лабораторних завдань за навчальною дисципліною наведено в табл.

2

Таблиця 2

Перелік лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Становлення та основні напрями Пошукової оптимізації
Тема 2. Завдання 2.	Технології та методи пошукового маркетингу
Тема 3. Завдання 3.	Пошукові системи: особливості роботи, санкції та фільтри пошукових систем
Тема 4. Завдання 4.	Типи веб-сайтів та завдання які вони виконують. Доменні імена, механізм реєстрації; хостінг сайту, його основні характеристики та принципи вибору.
Тема 5. Завдання 5.	Інструменти для роботи з семантичним ядром
Тема 6. Завдання 6.	Генерація контенту; основи використання ключових слів; роль унікального контенту, механізми перевірки контенту на унікальність

Тема 7. Завдання 7.	Аудит посилань веб-сайту,
Тема 8. Завдання 8.	Особливості роботи з Google Search Console, Google Analytics, Google tag Manager

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 8	Вивчення лекційного матеріалу та опрацювання додаткової інформації щодо пошукової оптимізації
Тема 1 - 8	Підготовка до лабораторних занять
Тема 1 - 6	Виконання індивідуальних завдань
Тема 3 та 7	Презентація
Тема 1 - 8	Підготовка до екзамену

Кількість годин лекційних лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1,2,3,4,5,6), проблемна лекція (Тема 2-5)

Наочні (демонстрація (Тема 1-8).

Практичні (практична робота (Тема 1-8), презентація (Тема 3 та 7)

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену. Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (40 балів), колоквиум (12 балів), презентація (8 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни з формою семестрового контролю екзамен (іспит)).

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг».
Семестр
Навчальна дисципліна "Пошукова оптимізація"

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (тестове). (14 балів)

Як впливає швидкість завантаження сторінки на її ранг в пошукових системах?	Виберіть одну відповідь: а. Швидкість завантаження сторінки не впливає на її ранг б. Швидкість завантаження сторінки позитивно впливає на її ранг с. Швидкість завантаження сторінки негативно впливає на її ранг
Що таке Google Hummingbird (колібри).	Виберіть одну відповідь: а. Всі відповіді вірні б. це панель інструментів для браузерів с. він призначений для розпізнавання сенсу пошукових запитів людей, щоб пропонувати релевантний та якісний контент д. за допомогою цього алгоритму сайт може отримати високий рейтинг за пошуковими запитами
Яку функцію виконує пошуковий паук/бот?	Виберіть одну відповідь: а. пошукова видача б. сканування сторінок інтернету з метою занесення інформації про них до бази даних пошуковика. с. інструмент для уточнення пошукових запитів д. вирішує проблему споживача за допомогою

	результатів пошуку за певним запитом
Як називається процес підвищення рівня видимості сайту в пошуковій системі?	Виберіть одну відповідь: a. E-mail маркетинг b. SEO-оптимізація c. SMM-просування
Оберіть вірне тлумачення терміну SEO-оптимізація	Виберіть одну відповідь: a. є оптимізацією соціальної мережі під певні запити пошукових систем b. це види та методи пошукової оптимізації c. Всі відповіді вірні d. це комплекс різних заходів, спрямованих на підвищення позиції свого ресурсу при певних пошукових запитах користувача
Які фактори впливають на ранг сторінок у пошукових системах?	Виберіть одну відповідь: a. Внутрішня структура сайту b. Вміст сторінки c. Усі відповіді вірні d. Заголовок сторінки e. Ключові слова
Як можна збільшити ранг сторінки у пошукових системах?	Виберіть одну відповідь: a. Додавати багато зовнішніх посилань b. Створювати вміст, що корисний для користувачів c. Використовувати багато ключових слів на сторінках d. Усі відповіді вірні
Що означає скорочення "SEO"?	Виберіть одну відповідь: a. Search Engine Operation b. Search Engine Orientation c. Search Engine Optimization d. Search Engine Organization
Дорвеї це:	Виберіть одну відповідь: a. обмін посиланнями один з одним b. метод, за допомогою якого відбувається заповнення сторінок ключовими словами, що повторюються знову і знову c. залучення на сайт підприємства цільову аудиторію та конвертація її в клієнтів d. Створений для того, щоб отримати високий рейтинг за пошуковими запитами
Яку функцію виконую Google Sandbox?	Виберіть одну відповідь: a. алгоритм пошукової системи, спрямований на усунення веб-спаму b. обмеження допуску у топ для молодих сайтів c. обмеження допуску у топ для сайтів з історією d. призначений для пропонування релевантного та якісного контенту
Що таке ключові слова?	Виберіть одну відповідь: a. Це слова, які необхідно використовувати

	<p>якнайчастіше на сторінці для покращення її видимості в пошукових системах</p> <p>b. Це слова, які є найбільш релевантними для сторінки і можуть допомогти покращити її видимість у пошукових системах.</p> <p>c. Це слова, які мають бути вказані на сторінці для покращення її видимості у пошукових системах</p>
Оберіть, який недолік SEO-оптимізації зайвий у списку:	<p>Виберіть одну відповідь:</p> <p>a. Відсутність гарантій</p> <p>b. Залежність від алгоритмів пошукових мереж</p> <p>c. Довіра клієнтів</p> <p>d. Відносно тривалі терміни досягнення результату</p>
Яка з цих методів не відноситься до "чорної" SEO-оптимізації?	<p>Виберіть одну відповідь:</p> <p>a. Використання ключових слів у кольорі, що зливається з фоном</p> <p>b. Створення фейкових посилань</p> <p>c. Створення високоякісного та корисного вмісту</p>
Які з наступних факторів мають вплив на SEO?	<p>Виберіть одну відповідь:</p> <p>a. Швидкість завантаження сторінки</p> <p>b. Кількість відвідувачів офлайн магазину</p> <p>c. Кількість лайків на сторінці у соціальних мережах конкурента</p> <p>d. Кольорова гама сайту</p>

Завдання 2 (стереотипне). (13 балів)

<p>- Як використовувати зображення для покращення SEO-оптимізації веб-сайту? Які чинники необхідно враховувати при використанні зображень для SEO?</p> <p>- Як відрізнити "чорну" та "білу" SEO-оптимізації? Наведіть приклади етичного та неетичного SEO.</p>
--

Завдання 3 (стереотипне). (13 балів)

Сформуйте первинне ядро пошукових запитів для інтернет-магазину побутової техніки.
--

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тестове). (14 балів)

За кожний правильний тест – 1 бал.

Завдання 2 (стереотипне). (13 балів)

Надана обґрунтована відповідь на питання з прикладом

Завдання 3 (стереотипне). (13 балів)

Завдання виконано з розгорнутою відповіддю.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. / Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 351 с.
2. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.
3. Котлер Ф., Катарджая Г., Ї. Сетьяван / Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – Київ : Вид. КМ-Букс, 2018. – 208 с.
4. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. / Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: Аграр Медіа Груп, 2021. – 454 с.
5. Яцюк Д.В. / Реклама в Інтернеті. Навчальний посібник. – Київ: КНТЕУ, 2019. – 296 с.

Додаткова

6. Родіонов С.О. Інтернет-маркетинг в Україні: сучасні тренди та інструменти // Журнал Стратегічних економічних відносин, Київського національного університету технологій та дизайну. 2022. №3 (8). С 110-118. – Режим доступу: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2022/09/11-3-2022.pdf>
7. Родіонов С. О. Вплив інформаційних технологій на процес міжкультурної комунікації в аспекті розвитку міжнародного маркетингу та глобалізаційних процесів / О.В. Птащенко, С.О. Родіонов, Я.М. Куш // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки. — 2018. —№ 4 (125). —С. 92-101.
8. Родіонов С. О. Пошукова оптимізація як потужний інструмент інтернет-маркетингу / С. О. Родіонов // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції, 13-14 квітня 2023 р. – Київ: НАУ, 2023. – С. 173-174. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29838>
9. Родіонов С.О. Особливості використання Інтернет-технологій для розвитку маркетингової діяльності підприємства / С. О. Родіонов // Обліково-аналітичне та організаційно-економічне забезпечення розвитку регіону: матер. V міжнар. наук.-практ. конф., м. Северодонецьк, 27 квіт. 2022 р.: тези допов. – Северодонецьк, 2022. – С. 138-139. [.http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27784](http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27784)
10. Rodionov S.O. Current trends in industry and features of marketing activities // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2021. №3 (267). С.132-137.

Інформаційні ресурси

11. Інтернет-ресурс інструментів для веб-майстрів від Google. – Режим доступу: <https://support.google.com/webmasters/>.
12. Міністерство цифрової трансформації України. – Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/>
13. The most useful Google Analytics metrics for web designers. – Режим доступу:
<https://www.editorx.com/shapingdesign/article/google-analytics-metrics-web-design>
14. Сайт персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця. Дисципліна «Пошукова оптимізація». [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=9059>