

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

"ЗАТВЕРДЖУЮ"
Проректор з навчально-методичної
роботи

Каріна НЕМАЩКАЛО



ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ

робоча програма навчальної дисципліни

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітній рівень другий (магістерський)
Освітня програма «Маркетинг»

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Завідувач кафедри маркетингу

Людмила ГРИНЕВИЧ

Харків
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри Маркетингу
Протокол № 7 від 17.01.2023 р.

Розробник:
Родіонов Сергій Олександрович, к.е.н., доцент кафедри маркетингу

**Лист оновлення та перезатвердження
робочої програми навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри

Анотація навчальної дисципліни

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 ефективною 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.

«Пошукова оптимізація» - це навчальна дисципліна, що вивчає сучасні Інтернет-технології у тісному зв'язку з інтернет-маркетингом, що дозволяє оптимізувати маркетингово-інформаційний інструментарій для подальшого використання у маркетинговій діяльності підприємства.

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

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

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: технології пошукового маркетингу, основні поняття пошукової оптимізації, особливості роботи пошукових систем, основні типи та етапи розробки веб-сайтів, внутрішню та зовнішню оптимізацію веб-сайту, особливості побудови семантичного ядра та використовувати інструменти аналітики.

Характеристика навчальної дисципліни

Курс	1М
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	5
Форма підсумкового контролю	іспит

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Маркетингова аналітика	Комплексний тренінг
	Дипломна робота

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
Здатність генерувати нові ідеї (креативність); Здатність до адаптації та дії в новій ситуації	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта
Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
Здатність 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	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

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Основні аспекти Пошукової оптимізації

Тема 1. Основні поняття пошукової оптимізації

Поняття та завдання пошукової оптимізації

Види пошукової оптимізації

Методи пошукової оптимізації

Тема 2. Технології пошукового маркетингу

Поняття та види пошукового маркетингу

Методи пошукового маркетингу

Пошукова оптимізація як ключовий інструмент пошукового маркетингу

Тема 3. Особливості роботи пошукових систем

Пошукова система: поняття та види

Особливості пошукової видачі

Санкції та фільтри пошукових систем

Тема 4. Основні типи та етапи розробки web-сайтів

Основні типи веб-сайтів та їх завдання.

Поняття про хостинг веб-сайту та доменного імені

Змістовий модуль 2.

Інструменти та технології Пошукової оптимізації

Тема 5. Особливості побудови семантичного ядра

Поняття та методологія створення семантичного ядра сайту

Типи пошукових запитів

Інструменти для роботи з семантичним ядром

Тема 6. Внутрішня оптимізація сайту

Особливості внутрішньої оптимізації веб-сайту

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

Унікальність контенту

Тема 7. Зовнішня оптимізація сайту

Особливості ранжування посилань

Типи посилань та анкорів

Аудит посилань веб-сайту

Тема 8. Інструменти аналітики

Поняття та існуючі методології веб-аналітики.

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

Основні показники ефективності веб-сайта

Перелік практичних занять, а також питань та завдань до самостійної роботи наведено у таблиці «Рейтинг-план навчальної дисципліни».

Методи навчання та викладання

В ході викладання дисципліни викладачем застосовуються пояснювально-демонстраційний, репродуктивний та дослідницький методи навчання. В якості методів викладання, які направлені на активізацію та стимулювання навчально-пізнавальної діяльності здобувачів, застосовуються проблемні лекції (2-5), та презентації (1-8)

Порядок оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

Контрольні заходи включають:

поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, лабораторних занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит, – 35 балів);

модульний контроль, що проводиться у формі колоквиуму як проміжний міні-екзамен з ініціативи викладача з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання студента після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля;

підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового екзамену, відповідно до графіку навчального процесу.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів. Оцінювання знань студента під час лабораторних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

оцінювання виконання домашніх і творчих завдань, результати, якого супроводжується підготовленою мультимедійною презентацією, написанням контрольних робіт, складання комплексного модульного контролю у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконанні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Оцінка студента формується таким чином:

Оцінювання виконання завдань на лабораторних заняттях (8 завдань) – максимально 40 балів (при позитивному оцінюванні з кожного практичного завдання по 5 балів);

оцінювання творчого домашнього завдання (дві презентації). – за кожен презентацію по 4 бали.

Максимальна оцінка за дві презентації – 8 балів. Оцінка роботи здійснюється у процесі відкритої співбесіди. Якщо робота виконана не в повному обсязі або захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;

складання комплексного модульного контролю (колоквіум) – 12 балів: - теоретичне завдання – до 6 балів, ситуаційне завдання – до 6 балів. Здобувач не допускається до іспиту, якщо не виконав домашнє творче завдання та за підсумковим модульним письмовим оцінюванням отримав незадовільну оцінку. В особливих ситуаціях робота протягом семестру може бути виконана дистанційно: (за допомогою платформи Moodle).

Студенти, які мають рейтинговий бал за семестр менше 35 до заходу підсумкового семестрового контролю не допускаються.

Підсумковий контроль знань та компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену.

Екзаменаційний білет охоплює програму навчальної дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування здобувачами освіти компетентностей.

Кожен екзаменаційний білет складається із 14 тестів та 2 практичних задач

Практичні завдання передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень підготовки і компетентності здобувача з навчальної дисципліни.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів) і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Здобувача слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені, – 25.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою.

Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

Рейтинг-план навчальної дисципліни

Тема	Форми та види навчання		Форми оцінювання	Мак бал
1	2		3	4
Аудиторна робота				
Тема 1.	Лекція	Лекція за питаннями: Поняття та завдання пошукової оптимізації; види та методи пошукової оптимізації	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Становлення та основні напрями Пошукової оптимізації	Виконання лабораторного завдання	5
Самостійна робота				
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу , підготовка до практичного заняття.		
Аудиторна робота				
Тема 2.	Лекція	Лекція за питаннями: Поняття та види пошукового маркетингу; методи пошукового маркетингу; пошукова оптимізація як ключовий інструмент пошукового маркетингу	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Практичне заняття. Технології та методи пошукового маркетингу.	Виконання лабораторного завдання	5

	Самостійна робота			
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. В чому відмінність пошукового маркетингу та пошукової оптимізації. Які технології використовує пошуковий маркетинг		
	Аудиторна робота			
Тема 3.	Лекція	Лекція за питаннями: особливості роботи пошукових систем: поняття та види; особливості пошукової видачі; санкції та фільтри пошукових систем.	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Заняття за темою: Пошукові системи: особливості роботи, санкції та фільтри пошукових систем	Виконання лабораторного завдання	5
	Самостійна робота			
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Сучасні методи роботи пошукових систем. Індексція сторінок пошуковими роботами. Створення презентації на тему: сучасні пошукові системи, аналіз індексації сайтів.		
	Аудиторна робота			
Тема 4.	Лекція	Лекція за питаннями: основні типи та етапи розробки веб-сайтів, поняття про хостинг веб-сайту та доменного імені	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Типи веб-сайтів та завдання які вони виконують. Доменні імена, механізм реєстрації; хостинг сайту, його основні характеристики та принципи вибору.	Виконання лабораторного завдання Перевірка презентації	5 4
	Самостійна робота			
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, огляд теоретичного матеріалу за питаннями		
	Аудиторна робота			
Тема 5.	Лекція	Лекція за темою: особливості побудови семантичного ядра. Поняття та методологія створення семантичного ядра сайту; типи пошукових запитів	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Практичне заняття. Інструменти для роботи з семантичним ядром.	Виконання лабораторного завдання	5
	Самостійна робота			
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Роль семантичного ядра в процесі оптимізації веб-сайту для отримання перших позицій на сторінках видачі пошукових		

		систем згідно з запитами користувача.		
Аудиторна робота				
Тема 6.	Лекція	Лекція за темою: Внутрішня оптимізація сайту; особливості оптимізації, внутрішні фактори, які впливають на ранжування веб-сайту у пошукових системах; унікальність контенту	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Генерація контенту; основи використання ключових слів; роль унікального контенту, механізми перевірки контенту на унікальність	Виконання лабораторного завдання	5
Самостійна робота				
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Системи управління контентом, аналіз сучасних конструкторів для створення сайту Підготовка презентації на тему: семантичне ядро сайту, аналіз конкурентів		
Аудиторна робота				
Тема 7.	Лекція	Лекція за темою: Зовнішня оптимізація сайту; особливості ранжування, типи та анкори	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Аудит посилань веб-сайту,	Виконання лабораторного завдання Перевірка презентації	5 4
Самостійна робота				
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Техніка утримання ваги всередині сайту.		
Аудиторна робота				
Тема 8.	Лекція	Лекція за темою: інструменти аналітики: поняття, існуючі методології веб-аналітики; основні показники ефективності веб-сайту	Активна робота на лекції	
	Лабораторне заняття	Особливості роботи з Google Search Console, Google Analytics, Google tag Manager	Виконання лабораторного завдання Колоквіум	5 12
Самостійна робота				
	Питання та завдання для самостійного опрацювання	Порівняння Google Analytics і Urchin. Критерій вибору між Urchin та Google Analytics.		
			Іспит	40
			Загальна кількість балів	100

Рекомендована література

Основна

1. Яцюк Д.В. / Реклама в Інтернеті. Навчальний посібник. – Київ: КНТЕУ, 2019. – 296 с.
2. Шмідт Е. Як працює Google / Е. Шмідт, Дж. Розенберг, за участі А. Ігла ; з передмовою Л. Пейджа. – Київ : КМ-БУКС, 2016. – 304 с.
3. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. / Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 351 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Ї. Сетьяван / Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. – Київ : Вид. КМ-Букс, 2018. – 208 с.
5. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.
6. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг / І. Л. Литовченко. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 332 с.

Додаткова

7. 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/3-2022/>
8. Родіонов С.О. Проблеми та перспективи використання Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств / Г. О. Холодний, С. О. Родіонов. — в кн.: Сучасний управлінський інструментарій ефективного функціонування підприємств: колективна монографія; під. ред. д.е.н., професора Савіної Г. Г. — Херсон: ПП "Вишемирський В. С.", 2013. — 272 с. (с. 85-92).
9. 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.
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
11. Барабанова В. В. Електронний маркетинг як важлива складова маркетингової діяльності підприємства. Інтернаука. 2017. № 17 (2). С. 11–14.

Інформаційні ресурси

12. Інтернет-ресурс інструментів для веб-майстрів від Google. – Режим доступу: <https://support.google.com/webmasters/>.
13. Міністерство цифрової трансформації України. – Режим доступу: <https://thedigital.gov.ua/>
14. Ледфорд Дж. Google Analytics 2.0 Аналіз веб-сайтів / Дж. Ледфорд, М. Тайлер. – Google. – 281 с
15. The most useful Google Analytics metrics for web designers. – Режим доступу: <https://www.editorx.com/shapingdesign/article/google-analytics-metrics-web-design>
16. 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>