

Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования  
«Белорусско-Российский университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор Белорусско-  
Российского университета

 Ю.В. Машин

«22» 12 2023г.

Регистрационный № УД-09030104/Б.1.0/р

**«ТЕХНОЛОГИИ SEO И SMM»  
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника  
Направленность (профиль) Автоматизированные системы обработки информации и управления

Направление подготовки 09.03.04 Программная инженерия  
Направленность (профиль) Разработка программно-информационных систем  
Квалификация Бакалавр

	Форма обучения
	Очная
Курс	4
Семестр	8
Лекции, часы	22
Лабораторные работы, часы	10
Зачет, семестр	8
Контактная работа по учебной дисциплине, часов	32
Самостоятельная работа, часы	76
Всего часов/зачетных единиц	108/3

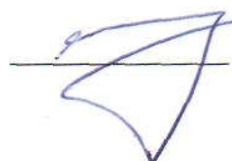
Кафедра-разработчик программы Маркетинг и менеджмент  
Составитель: Климова Л.А..

Могилев, 2023

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.03.01 «Информатика и вычислительная техника» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом № 920 от 19.09.2017 г., учебным планом рег. № 090304-2.1 от 28.04.2023 г. и по направлению подготовки 09.03.04 «Программная инженерия» (уровень бакалавриата), утвержденным приказом № 929 от 19.09.2017 г., учебным планом рег. № 090301-2.1 от 28.04.2023 г.


Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой «Маркетинг и менеджмент» (протокол № 5 от 06.12.2023)

Заведующий кафедрой

 А.В. Александров

Одобрена и рекомендована к утверждению  
Научно-методическим советом  
Белорусско-Российского университета  
(протокол № 3 от 20.12.2023)

Зам. Председателя  
Научно-методического совета

 С. А. Сухоцкий

Рецензент:

Осипенко Н.А., заведующая кафедрой экономики и управления УО «Могилевский государственный университет имени А.А. Кулешова», канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа согласована:


Зав. кафедрой «ПОИТ»

 В. В. Кутузов

Ведущий библиотекарь

 Е.Н. Кеселева

Начальник учебно-методического  
отдела

 О.Е. Печковская

# 1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## 1.1 Цель учебной дисциплины

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о технологиях SEO и SMM, приобретение практических навыков разработки стратегии продвижения программного продукта и организации.

## 1.2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

### знать:

- основные термины SEO и SMM;
- поисковые системы и их особенности;
- технологии внутренней и внешней оптимизации сайта;
- поведенческие факторы и их влияние на ранжирование сайтов;
- особенности продвижения программного продукта и организации в социальных сетях.

### уметь:

- проводить анализ юзабилити сайта;
- осуществлять мониторинг и сбор данных веб-аналитики сайта и социальных сетей;
- проводить внешнюю и внутреннюю SEO-оптимизацию сайта;
- разрабатывать стратегию продвижения программного продукта и организации;
- организовывать SMM-кампании на платформах социальных медиа.

### владеть:

- методами и инструментами веб-аналитики;
- методами поискового продвижения,
- навыками SMM-продвижения программного продукта и организации.

## 1.3 Место дисциплины в системе подготовки студента

Дисциплина относится к блоку «Дисциплины (модули). Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений».

Перечень учебных дисциплин, изучаемых ранее, усвоение которых необходимо для изучения данной дисциплины:

- «Графический дизайн и прототипирование»;
- «Основы Web-программирования»;
- «Технологии Интернет-программирования».

Знания, полученные при изучении дисциплины на лекциях и лабораторных работах, будут применены при прохождении преддипломной практики, а так же при подготовке выпускной квалификационной работы и в дальнейшей профессиональной деятельности.

## 1.4 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Вклад дисциплины в формирование результатов обучения выпускника (компетенций) и достижение обобщенных результатов обучения происходит путем освоения содержания обучения и достижения частных результатов обучения, описанных в данном разделе.

### 2.1 Содержание учебной дисциплины

Номер тем	Наименование тем	Содержание	Коды формируемых компетенций
1	Поисковые системы и их особенности	Поисковая система и ее составляющие. Факторы ранжирования. Поисковая выдача и процесс ее формирования. Поисковые системы Яндекс и Google и их особенности. Санкции и фильтры поисковых систем. Поведенческие факторы и их влияние на поисковую выдачу.	УК-1
2	Внутренняя оптимизация сайта	Понятие и целесообразность SEO. Понятие внутренней оптимизации сайта. Этапы внутренней оптимизации сайта: анализ конкурентов, оптимизация технических параметров, оптимизация контента сайта (составление семантического ядра, контент, мета-теги), внутренняя перелинковка, оптимизация изображений, проверка юзабилити, повышение кликабельности (CTR) сниппета	УК-1
3	Внешняя оптимизация сайта	Понятие внешней оптимизации сайта. Классификация внешних ссылок. Понятие и виды анкора ссылки. Доноры и требования, предъявляемые к ним. Правила наращивания ссылочной массы. Принципы покупки ссылок. Каталоги ссылок. Запрещенные методы продвижения (черное SEO). Клик мошенничество.	УК-1
4	SMM-продвижение	Понятие и виды социальных сетей, возможности использования их для бизнеса. SMM-кампания: понятие и форматы реализации, этапы и бюджет. Оценка эффективности SMM-кампании (KPI). Виды и основные инструменты SMM-продвижения (контент-маркетинг, комьюнити-менеджмент, инфлюенс-маркетинг посева, конкурсы и бартерный постинг, партнерство, фото- и видеохостинг).	УК-1
5	Веб-аналитика сайта и социальных сетей	Понятие и область применения веб-аналитики. Методы веб-аналитики. Оценка посещаемости сайта. Изучение поведения посетителей на странице. Инструменты для анализа юзабилити сайта. Основные метрики и ключевые показатели веб-аналитики. UTM-метки. Анализ поведения пользователей в социальных сетях, основные метрики.	УК-1

## 2.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины

№ недели	Лекции (наименование тем)	Часы	Лабораторные работы	Часы	Самостоятельная работа, часы	Форма контроля знаний	Баллы (max)
<b>Модуль 1</b>							
1	Тема 1. Поисковые системы и их особенности	2			4		
2	Тема 1. Поисковые системы и их особенности	2	Л.р. 1. Поисковые системы и их особенности	2	5	ЗЛР	10
3	Тема 2. Внутренняя оптимизация сайта	2			4		
4	Тема 2. Внутренняя оптимизация сайта	2	Л.р. 2. Внутренняя оптимизация сайта	2	5	ЗЛР	10
5	Тема 3. Внешняя оптимизация сайта	2			4		
6	Тема 3. Внешняя оптимизация сайта	2	Л.р. 3. Внешняя оптимизация сайта	2	5	ЗЛР ПКУ	10 30
<b>Модуль 2</b>							
7	Тема 4. SMM-продвижение	2			4		
8	Тема 4. SMM-продвижение	2	Л.р. 4. SMM-продвижение	2	5	ЗЛР	10
9	Тема 5. Веб-аналитика сайта и социальных сетей	2			4		
10	Тема 5. Веб-аналитика сайта и социальных сетей	2	Л.р. 5. Веб-аналитика сайта и социальных сетей	2	6	ЗЛР ТЗ	10 10
11	Тема 5. Веб-аналитика сайта и социальных сетей	2			30	ПКУ ПА (зачет)	30 40
	Итого	22		10	76		100

Принятые обозначения: ЗЛР – защита лабораторной работы; ТЗ – тестовые задания; ПКУ – промежуточный контроль успеваемости, ПА - промежуточная аттестация.

Итоговая оценка определяется как сумма текущего контроля и промежуточной аттестации и соответствует баллам:

Зачет

Оценка	Зачтено	Не зачтено
Баллы	51-100	0-50

### 3 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Применение инновационных форм и методов проведения занятий при изучении различных тем курса представлено в таблице.

№ п/п	Форма проведения занятия	Вид аудиторных занятий		Всего часов
		Лекции	Лабораторные работы	
1	Мультимедиа	Темы 1-5		22
2	С использованием ЭВМ		Л.р. 1 -5	10
	<b>ИТОГО</b>	22	10	<b>32</b>

### 4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Используемые оценочные средства по учебной дисциплине представлены в таблице и хранятся на кафедре.

№ п/п	Вид оценочных средств	Количество комплектов
1	Вопросы к зачету	1
2	Вопросы к защите лабораторных работ	1
3	Тестовые задания	1

### 5 МЕТОДИКА И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

#### 5.1 Уровни сформированности компетенций

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Содержательное описание уровня	Результаты обучения
			УК-1. Способен осуществлять поисковый критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
			ИУК-1.4. Способен выстраивать стратегию продвижения программного продукта
1	Пороговый уровень	Знает и понимает основные термины SEO и SMM.	Знание основных терминов и инструментов SEO и SMM, понятий и особенностей поисковых систем и запросов, методов сбора веб-аналитики и продвижения программного продукта
2	Продвинутый уровень	Применяет полученные знания для анализа сайта и социальных сетей, проведения внешней и внутренней SEO-оптимизации сайта и SMM-продвижения.	Владение методикой анализа юзабилити сайта, анализа эффективности продвижения в социальных сетях, методами и инструментами сбора данных веб-аналитики, приемами проведения внешней и внутренней SEO-оптимизации сайта, технологией SMM-продвижения программного продукта
3	Высокий уровень	Способен разработать комплексную программу SEO-оптимизации и SMM-продвижения организации в сети Интернет	Системное владение технологиями SEO и SMM, позволяющее проводить полномасштабный мониторинг, сбор и анализ данных веб-аналитики сайта и социальных сетей с последующей разработкой и реализацией комплексной программы SEO-оптимизации и SMM-продвижения программного продукта и организации в сети Интернет

#### 5.2 Методика оценки знаний, умений и навыков студентов

Результаты обучения	Оценочные средства
УК-1. Способен осуществлять поисковый критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Знание основных терминов и инструментов SEO и SMM, понятий и особенностей поисковых систем и запросов, методов сбора веб-аналитики и продвижения программного продукта	Вопросы к зачету, вопросы к защите лабораторных работ, тестовые задания
Владение методикой анализа юзабилити сайта, анализа эффективности продвижения в социальных сетях, методами и инструментами сбора данных	Вопросы к зачету, вопросы к защите лабораторных работ

веб-аналитики, приемами проведения внешней и внутренней SEO-оптимизации сайта, технологией SMM-продвижения программного продукта	работ, тестовые задания
Системное владение технологиями SEO и SMM, позволяющее проводить полномасштабный мониторинг, сбор и анализ данных веб-аналитики сайта и социальных сетей с последующей разработкой и реализацией комплексной программы SEO-оптимизации и SMM-продвижения программного продукта и организации в сети Интернет	Вопросы к зачету, вопросы к защите лабораторных работ, тестовые задания

### 5.3 Критерии оценки ответов при защите лабораторных работ

Баллы	Критерии
10-9	<b>Систематизированные, глубокие и полные знания</b> по тематике выполняемой лабораторной работы, а также по основным вопросам, выходящим за ее рамки. <b>Точное</b> использование научной терминологии. <b>Умение ориентироваться</b> в теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы, и давать им критическую оценку.
8-7	<b>Достаточно полные и систематизированные знания</b> по тематике выполняемой лабораторной работы, использование научной терминологии. <b>Умение ориентироваться</b> в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы, и давать им критическую оценку.
6-4	<b>Достаточный объем знаний</b> по тематике выполняемой лабораторной работы, минимально соответствующий требованиям образовательного стандарта, использование научной терминологии. <b>Умение ориентироваться</b> в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы.
3-0	<b>Недостаточно полный</b> объем знаний по тематике выполняемой лабораторной работы, не соответствующий минимальным требованиям, установленным образовательным стандартом. <b>Неумение ориентироваться</b> в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы.

### 5.4 Критерии оценки тестовых заданий

Баллы	Критерии
10	Выполнено 100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
9	Выполнено не менее 90 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
8	Выполнено не менее 80 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
7	Выполнено не менее 70 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
6	Выполнено не менее 60 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
5	Выполнено не менее 50 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
4	Выполнено не менее 40 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).
3	Выполнено не менее 30 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).
2	Выполнено не менее 20 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены грубые ошибки в теоретическом материале.
1	Выполнено не менее 10 % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены грубые ошибки в теоретическом материале.

## 5.4 Критерии оценки зачета

Баллы	Критерии
40-30	<b>Систематизированные, глубокие и полные знания</b> по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы. <b>Точное</b> использование научной терминологии. <b>Умение ориентироваться</b> в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку.
29-16	<b>Достаточный объем знаний</b> в рамках образовательного стандарта, использование научной терминологии. <b>Умение ориентироваться</b> в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им оценку.
15-0	<b>Недостаточно полный</b> объем знаний в рамках образовательного стандарта. <b>Неумение ориентироваться</b> в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине.

## 6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов (СРС) направлена на закрепление и углубление освоения учебного материала, развитие практических умений. СРС включает следующие виды самостоятельной работы студентов:

- выполнение тестовых заданий;
- изучение нормативно-правовых актов;
- исследовательская работа, в том числе научно-исследовательская;
- конспектирование;
- обзор литературы;
- ответы на контрольные вопросы;
- перевод с иностранных языков;
- подготовка к защите лабораторных работ.

## 7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1 Основная литература:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы	Гриф	Количество экземпляров
1	Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения : практическое руководство / Н. Г. Климович. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 320 с.	-	<a href="https://znanium.com/read?id=385190">https://znanium.com/read?id=385190</a>
2	Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с.	-	<a href="https://znanium.com/read?id=346714">https://znanium.com/read?id=346714</a>

### 7.2 Дополнительная литература:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы	Гриф	Количество экземпляров
1	Смолина, В. А. FOLLOW ME. Продвижение в Instagram с нуля : практическое руководство / В. А. Смолина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2022. - 276 с.	-	<a href="https://znanium.com/read?id=417297">https://znanium.com/read?id=417297</a>
2	Халилов, Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей : практическое руководство / Д. Халилов. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 583 с.	-	<a href="https://znanium.com/read?id=417932">https://znanium.com/read?id=417932</a>
3	Янбеков, Р. М. TikTok без танцев: Снимай, продавай, зарабатывай : практическое руководство / Р. М. Янбеков. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 510 с.	-	<a href="https://znanium.com/read?id=417956">https://znanium.com/read?id=417956</a>



## 7.3 Перечень ресурсов сети Интернет по изучаемой дисциплине:

### 7.3.1 Полезные ресурсы сети Интернет по SEO

1 Блог Яндекса для вебмастеров (<https://webmaster.yandex.ru/blog/>). Специализированная площадка, на которой Яндекс публикует материалы по продвижению и SEO-технологиям.

2 Официальный блог Google о SEO (<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=ru>). Новости по продвижению и SEO-технологиям: обновления, исследования, комментарии представителей компании и многое другое.

3 Блог Serpstat (<https://serpstat.com/ru/blog/>). Многофункциональный ресурс, который предоставляет не только полезные инструменты по SEO, но и тематический блог. Посты имеют разную направленность, от новостей до советов и профессиональной аналитики.

4 Netpeak Journal (<https://netpeak.net/ru/blog/>). Агентство интернет-маркетинга NetPeak регулярно публикует свежие кейсы в SEO-продвижении, выкладывает аналитические статьи и инструкции по развитию онлайн-бизнеса. Очень информативная площадка, которую можно порекомендовать как начинающим, так и опытным SEO-специалистам.

5 SEOnews (<https://www.seonews.ru/>). Новостной блог, в котором можно узнать последние события из мира SEO-продвижения и поисковых систем.

6 Semantica (<https://semantica.in/blog>). Блог, созданный для самообразования SEO-специалистов. Основной характер публикаций – информационный, содержит сведения об используемых методиках и технологиях в SEO.

7 SEO.RU (<https://seo.ru/blog/>). Блог состоит преимущественно из экспертных статей, обсуждение трендов в современном SEO-продвижении. Есть также отдельный форум.

8 SearchEngines.ru (<https://searchengines.guru/ru>). Ресурс, на котором публикуются новости и статьи по поисковым системам, продвижению в интернете и социальных сетях.

### 7.3.2 Полезные ресурсы сети Интернет по SMM

1 SMMplanner (<https://smmplanner.com/blog/>). Блог о маркетинге в социальных сетях.

2 Лайкни (<https://www.likeni.ru/>). Нишевое издание про маркетинг в социальных медиа. Помимо новостей и пресс-релизов, имеются статьи, кейсы, тренды, интервью.

3 TeslaTarget (<https://teslatarget.ru/blog/>). Блог о продвижении бизнеса через социальные сети.

### 7.3.3 Электронные учебники, книги по SEO и SMM

1 <https://monster-book.com/smm> - книги по SMM продвижению в социальных сетях

2 <https://monster-book.com/search-book?search=seo> – подборка книг по SEO.

3 <https://www.seonews.ru/books/> - книги по интернет-маркетингу и SEO.

4 <https://flibusta.su/tag/967-smm-marketing-v-sotssetyah/> - библиотека с множеством книг по SMM, удобной системой поиска. Книги можно бесплатно (полностью) без регистрации не только читать, но и скачать в популярных форматах epub, fb2, mp3, pdf.

5 <https://flibusta.su/booksearch/?ask=SEO> – подборка книг по SEO с возможностью бесплатно читать и скачивать.

### 7.3.4 Инструменты веб-аналитики

1 Google Analytics (<https://analytics.google.com/analytics/web/?r=prd-fpat>). Инструмент веб-аналитики, который помогает организациям определить основные источники трафика, измерить успех кампаний в социальных сетях и отследить достижение целей. Основные функции включают анализ данных, визуализацию, мониторинг и отчетность.

2 Hotjar (<https://www.hotjar.com/?r=prd-fpat>). Облачная платформа, которая помогает отслеживать и анализировать действия посетителей (клики, прокрутки, касания). Тепловые карты дают четкое визуальное представление о том, как люди взаимодействуют с сайтом. Аналитики могут анонимно просматривать сессии пользователей и выявлять проблемы юзабилити или навигации, которые должны быть улучшены.

3 Pendo (<https://www.pendo.io/?r=prd-fpat>). Инструмент продуктовой аналитики, который помогает улучшить процесс привлечения пользователей, удержания клиентов и планирования дорожной карты продукта. Он отслеживает использование продукта как на веб-сайте, так и в мобильных приложениях. Вы можете распространять опросы и анкеты для получения количественной и качественной информации о настроениях клиентов.

4 Open Web Analytics (<https://www.openwebanalytics.com/?r=prd-fpat>). Бесплатная платформа веб-аналитики, позволяет отслеживать аналитику или просматривать тепловые карты тех мест, куда кликают пользователи; программное обеспечение позволяет наблюдать за неограниченным количеством пользовательских действий на сайте, и отслеживать, какие поисковые запросы привлекают посетителей и приносят рейтинг; отслеживать клики по элементам на веб-страницах и анализировать частоту посещений.

5 SimilarWeb (<https://www.similarweb.com/?r=prd-fpat>). Облачная платформа для анализа посещаемости веб-сайтов. Программное обеспечение помогает предприятиям оптимизировать бюджет, находить новые ключевые слова и выявлять возможности привлечения рефералов. Ритейлеры могут мониторить покупательские привычки и их манеры просмотра, отслеживать эффективность категорий и создавать стратегии поиска в рознице. Маркетинговые команды выигрывают от возможности просматривать демографические данные, анализировать поведение клиентов и открывать новые возможности.

#### **7.4 Перечень наглядных и других пособий, методических рекомендаций по проведению конкретных видов учебных занятий, а также методических материалов к используемым в учебном процессе техническим средствам**

##### **7.4.1 Методические рекомендации**

1. Технологии SEO и SMM. Методические рекомендации к лабораторным работам для студентов направлений подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника, 09.03.04 Программная инженерия очной формы обучения / Л.А. Климова. – Могилев: Белорусско-Российский университет, 2024. (электронный вариант).

##### **7.4.2 Информационные технологии**

Мультимедийные презентации по лекционному курсу:

Тема 1. Поисковые системы и их особенности

Тема 2. Внутренняя оптимизация сайта

Тема 3. Внешняя оптимизация сайта

Тема 4. SMM-продвижение

Тема 5. Веб-аналитика сайта и социальных сетей

##### **7.4.3 Перечень программного обеспечения, используемого в образовательном процессе**

Microsoft Word;

Microsoft PowerPoint.

Бесплатные хостинги Интернета.

#### **8 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины**

Материально-техническое обеспечение дисциплины содержится в паспорте лаборатории «Компьютерный класс 406/4», рег. номер ПУЛ-4.204-406/4-23.

**«ТЕХНОЛОГИИ SEO И SMM»**  
**АННОТАЦИЯ**  
**К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Направление подготовки** 09.03.01 ИНФОРМАТИКА И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ ТЕХНИКА  
**Направленность (профиль)** Автоматизированные системы обработки информации и управления

**Направление подготовки** 09.03.04 ПРОГРАММНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ  
**Направленность (профиль)** Разработка программно-информационных систем

	Форма обучения
	Очная
Курс	4
Семестр	8
Лекции, часы	22
Лабораторные работы, часы	10
Зачет, семестр	8
Контактная работа по учебной дисциплине, часов	32
Самостоятельная работа, часы	76
Всего часов/зачетных единиц	108/3

**1 Цель учебной дисциплины**

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов целостного представления о технологиях SEO и SMM, приобретение практических навыков разработки стратегии продвижения программного продукта и организации.

**2 Планируемые результаты изучения дисциплины**

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

**знать:**

- основные термины SEO и SMM;
- поисковые системы и их особенности;
- технологии внутренней и внешней оптимизации сайта;
- поведенческие факторы и их влияние на ранжирование сайтов;
- особенности продвижения программного продукта и организации в социальных сетях.

**уметь:**

- проводить анализ юзабилити сайта;
- осуществлять мониторинг и сбор данных веб-аналитики сайта и социальных сетей;
- проводить внешнюю и внутреннюю SEO-оптимизацию сайта;
- разрабатывать стратегию продвижения программного продукта и организации;
- организовывать SMM-кампании на платформах социальных медиа.

**владеть:**

- методами и инструментами веб-аналитики;
- методами поискового продвижения,
- навыками SMM-продвижения программного продукта и организации.

**3 Требования к освоению учебной дисциплины**

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
<b>УК-1</b>	Способен осуществлять поисковый критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

**4 Образовательные технологии:**

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов.  
 Формы проведения занятий:

- мультимедиа;
- с использованием ЭВМ.