

Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет»

Документ подписан
простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Лустенков Михаил Евгеньевич
Должность: Ректор
Дата: 09.09.2026

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Белорусско-Российского
университета

М.Е. Лустенков

22 06 2026

Регистрационный № УД-380302/Б.1.В.15.1/р

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

Направление подготовки: 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль) Управление электронным бизнесом

Квалификация Бакалавр

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

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

Могилев, 2026

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат) № 970 от 12.08.2020, учебным планом рег.№ 380302-2.1 от 18.02.2026.

Рассмотрена и рекомендована к утверждению кафедрой «Маркетинг и менеджмент» 09.04.2026, протокол № 10.

Зав. кафедрой



А.В. Александров

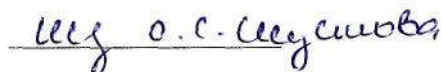
Одобрена и рекомендована к утверждению Научно-методическим советом Белорусско-Российского университета (протокол № 6 от 15.04.2026)

Рецензент:

Осипенко Н.А., зав. кафедрой экономики и управления УО «Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова», канд. экон. наук, доц.

Рабочая программа дисциплины согласована:

Ведущий библиотекарь



Начальник учебно-методического отдела



О.Е. Печковская

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель 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 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

Дисциплина относится к Блоку 1. «Дисциплины (модули). Элективные дисциплины (модули)».

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

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

Кроме того, результаты и знания, полученные при изучении дисциплины на лекциях и лабораторных занятиях будут применены при прохождении преддипломной практики, а также при подготовке выпускной квалификационной работы и дальнейшей профессиональной деятельности.

1.4 Требования к освоению дисциплины

Освоение данной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименование формируемых компетенций
ПК-7.	Способен осуществлять подбор инструментов и разрабатывать комплексную программу продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

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 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.	ПК-7
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	ПК-7
3	Внешняя оптимизация сайта	Понятие внешней оптимизации сайта. Классификация внешних ссылок. Понятие и виды анкера ссылки. Доноры и требования, предъявляемые к ним. Правила наращивания ссылочной массы. Принципы покупки ссылок. Каталоги ссылок. Запрещенные методы продвижения (черное SEO). Клик мошенничество.	ПК-7
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).	ПК-7
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.	ПК-7

2.2 Учебно-методическая карта дисциплины

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

Принятые обозначения: ЗЛР – защита лабораторной работы; ТЗ – тестовые задания; ТКУ – текущий 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 занятия	
1	Мультимедиа	Темы № 1-5		22
2	С использованием ЭВМ		Л.р. № 1-5	10
	ИТОГО	22	10	32

4 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Используемые оценочные средства по 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 КРИТЕРИИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

5.1 Формируемые компетенции и индикаторы их достижения

ПК-7. Способен осуществлять подбор инструментов и разрабатывать комплексную программу продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
ИПК-7.3. Способен формировать имидж организации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
Знает: технологии внутренней и внешней оптимизации сайта, особенности продвижения программного продукта и организации в социальных сетях
Умеет: проводить анализ юзабилити сайта, осуществлять внешнюю и внутреннюю SEO-оптимизацию сайта; осуществлять мониторинг и сбор данных веб-аналитики сайта и социальных сетей
Владеет: современными методами и инструментами веб-аналитики, поискового продвижения, навыками разработки и реализации стратегии SMM-продвижения программного продукта и предприятия в сети Интернет

5.2 Критерии оценки лабораторных работ

Для оценки лабораторных работ используется следующее оценочное средство: вопросы к защите лабораторных работ

Баллы	Критерии
10-9	Систематизированные, глубокие и полные знания по тематике выполняемой лабораторной работы, а также по основным вопросам, выходящим за ее рамки. Точное использование научной терминологии. Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы, и давать им критическую оценку.
8-6	Достаточно полные и систематизированные знания по тематике выполняемой лабораторной работы, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы, и давать им критическую оценку.
5-4	Достаточный объем знаний по тематике выполняемой лабораторной работы, минимально соответствующий требованиям образовательного стандарта, использование научной терминологии. Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы.
3-0	Недостаточно полный объем знаний по тематике выполняемой лабораторной работы, не соответствующий минимальным требованиям, установленным образовательным стандартом. Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, связанных с тематикой выполняемой лабораторной работы.

5.3 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 экзамена / зачета

Для оценки зачета используется следующее оценочное средство: вопросы к зачету

Баллы	Критерии
40-21	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы. Точное использование научной терминологии. Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку.
20-0	Недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта. Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине.

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа обучающихся (СР) направлена на закрепление и углубление освоения учебного материала, развитие практических умений. СР включает следующие виды:

- выполнение тестовых заданий;
- изучение нормативных документов;
- изучение программного обеспечения, возможностей нейросетей;
- исследовательская работа, в том числе научно-исследовательская;
- конспектирование;
- обзор литературы;
- подготовка к защита лабораторных работ;
- подготовка к зачету.

Перечень контрольных вопросов и заданий для СР приведен в приложении и хранится на кафедре.

Для СР рекомендуется использовать источники, приведенные в п. 7.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Гриф	Количество экземпляров / URL ссылка
1	Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения : практическое руководство / Н. Г. Климович. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 364 с.	-	https://znanium.ru/read?id=470204
2	Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ. Секреты продвижения в социальных сетях : практическое пособие / В. А. Смолина. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 224 с.	-	https://znanium.ru/read?id=452951

7.2 Дополнительная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Гриф	Количество экземпляров / URL ссылка
1	Кейн, Б. Миллион подписчиков: Как раскрутить ваш аккаунт за 30 дней : практическое руководство / Б. Кейн. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 288 с.	-	https://znanium.ru/read?id=473603
2	Смолина, В. А. FOLLOW ME. Продвижение в Instagram с нуля : практическое руководство / В. А. Смолина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2022. - 276 с.	-	https://znanium.com/read?id=417297
3	Халилов, Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей : практическое руководство / Д. Халилов. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 584 с.	-	https://znanium.ru/read?id=473942
4	Янбеков, Р. М. TikTok без танцев: Снимай, продавай, зарабатывай : практическое руководство / Р. М. Янбеков. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 512 с.	-	https://znanium.ru/read?id=473893

7.3 Перечень ресурсов сети Интернет по изучаемой дисциплине:

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.

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.

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.

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

Методические рекомендации

1. Технологии SEO и SMM. Методические рекомендации к лабораторным работам для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» очной формы обучения / Л.А. Климова. – Могилев: Белорусско-Российский университет, 2026. (электронный вариант)

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.

Перечень программного обеспечения, используемого в учебном процессе

В учебном процессе используются следующие программы:

1. свободно распространяемое ПО:

Браузер Google Chrome;

Бесплатные хостинги и сервисы веб-аналитики сети Интернет;

Бесплатные онлайн-редакторы.

2. лицензионное ПО:

Офисный пакет Microsoft Office.

8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины содержится в паспорте лаборатории «Компьютерный класс 406/4», рег. номер ПУЛ-4.204-406/4-25.