

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 19.02.2024 11:58:31

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.06 ПРОДВИЖЕНИЕ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ И ОСНОВЫ SEO-ОПТИМИЗАЦИИ

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный

Направленность (профиль):

«Маркетинговые коммуникации»

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2023

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г.  / А.Н. Толкачев /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: получение обучающимися актуальных знаний и практических навыков по использованию инструментов SEO для продвижения и анализа сайтов и поисковых запросов.

Задачи:

- формирование у обучающихся системы представлений о возможностях Search Engine Optimization (SEO);
- выбор эффективных инструментов для продвижения сайта;
- оценка эффективности мероприятий по оптимизации и продвижению.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 4 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий

ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 - Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК-1.2. Обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий Умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий Владеет: способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-4.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Продвижение в поисковых системах и основы SEO-оптимизации» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Аудиторные занятия	54	36	16
<i>в том числе:</i>			
Лекции	18	18	6
Практические занятия	18	10	6
Лабораторные работы	18	8	4
Самостоятельная работа	54	72	88
<i>в том числе:</i>			
часы на выполнение КР / КП	-	-	-
Промежуточная аттестация:			
Вид	Зачет с оценкой – 4 семестр		
Трудоемкость (час.)	-	-	4
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.		

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

по очной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Постановка и отслеживание целей	3	6	-	9
3	Работа с семантическим ядром	3	-	6	9
4	Внутренняя оптимизация сайта	3	3	6	9
5	Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	3	3	6	9
6	Оценка эффективности при продвижении проекта	3	6	-	9
Итого (часов)		18	18	18	54
Форма контроля:		<i>зачет с оценкой</i>			-
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

по очно-заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Постановка и отслеживание целей	3	3	-	12
3	Работа с семантическим ядром	3	-	3	12
4	Внутренняя оптимизация сайта	3	2	2	12
5	Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	3	2	3	12
6	Оценка эффективности при продвижении проекта	3	3	-	12
Итого (часов)		18	10	8	72
Форма контроля:		зачет с оценкой			-
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

по заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Постановка и отслеживание целей	1	2	-	15
3	Работа с семантическим ядром	1	-	2	15
4	Внутренняя оптимизация сайта	1	1	1	15
5	Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	1	1	1	15
6	Оценка эффективности при продвижении проекта	1	2	-	15
Итого (часов)		6	6	4	88
Форма контроля:		зачет с оценкой			4
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в SEO

Основы устройства поисковых систем. Типы пользовательских запросов. Факторы ранжирования сайтов. SEO как инструмент интернет-маркетинга. Основы html-верстки для SEO-специалистов.

Тема 2. Постановка и отслеживание целей

Цели сайта и метрики в SEO. Установка и работа с Яндекс.Метрика. Установка и работа с Google Analytics. Установка вебмастерских панелей: Яндекс.Вебмастер, Search Console.

Тема 3. Работа с семантическим ядром

Формирование структуры сайта. Формирование семантического ядра и разбивка полученных запросов на группы ручным способом и с помощью программ и сервисов (Key Collector и Rush Analytics).

Тема 4. Внутренняя оптимизация сайта

Проведение внутренней оптимизации. Составление ТЗ для написания текстового контента для страниц сайта. Формирование заголовка и метаописания. Определение специфики подбора запросов для продвижения главной страницы. Анализ сайта с помощью инструментов для вебмастеров Яндекс. Вебмастер и Google Search Console и проведение технического аудита сайта посредством различных программ и сервисов (Screaming Frog SEO Spider).

Тема 5. Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг

Оптимизация поведенческих факторов. Фильтры и санкции. Поисковый спам и его разновидности. Введение в основы линкбилдинга. Источники наращивания ссылочной массы и методы размещения ссылок. Особенности продвижения сайтов услуг и интернет-магазинов. Точки роста для проекта.

Тема 6. Оценка эффективности при продвижении проекта

KPI для seo-специалиста и ценообразование в SEO. Подготовка отчетности и отслеживание позиций. Как правильно выбрать подрядчика для SEO. Подбор исполнителей для реализации доработок. Постановка задач и контроль исполнения. Составление коммерческого предложения.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684274
2. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686507
3. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный

федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=499687

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов : [16+] / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=464474

5. Смолина, В. А. SMM С НУЛЯ: секреты продвижения в социальных сетях / В. А. Смолина. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 353 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=564678

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://blog.callibri.ru/podborka-seo-servisov> - сервисы для SEO-специалистов
10. <https://ratingruneta.ru/seo/> - рейтинг SEO-кампаний
11. <http://www.sostav.ru/> - сайт Sostav.ru: статьи о рекламе, маркетинге, PR
12. <http://www.epochta.ru/blog/> - обзоры решений для email маркетинга, рекомендации по онлайн-продвижению, комментарии и советы специалистов

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 404

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 26 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл

прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала,

во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.06 ПРОДВИЖЕНИЕ В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ И
ОСНОВЫ SEO-ОПТИМИЗАЦИИ**

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный

Направленность (профиль):

«Маркетинговые коммуникации»

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 - Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК-1.2. Обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий Умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий Владеет: способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
ПК-4 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-4.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Не знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Не умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Не владеет: способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую</p>	<p>В целом знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: способностью</p>	<p>Знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: способностью обрабатывать и</p>	<p>Знает: основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Умеет: обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Владеет: способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием</p>

информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий, но часто испытывает затруднения	анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий, но иногда испытывает затруднения	информационно-коммуникационных технологий
<p>Не знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Не умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Не владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>В целом знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знает: методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p> <p>Умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеет: тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример творческого задания:

1. Проведение технического аудита сайта посредством различных программ и сервисов.
2. Оптимизация метатегов, заголовков.
3. Оптимизация текстов и макетов продвигаемых страниц.
4. Сбор и кластеризация семантического ядра.
5. Выявление и устранение ошибок в мобильной версии сайта.
6. Анализ результатов (Яндекс.Метрика и Google Analytics).
7. Анализ поисковой выдачи.
8. Проведение анализа бизнеса, оценки спроса и сезонности.
9. Анализ сайта с помощью Яндекс.Вебмастер.
10. Анализ сайта с помощью Google Search Console.
11. Создание страниц сайта за счет тегирования и SEO-фильтров.
12. Создание новых страниц сайта. Добавление микрозаметки на сайт.

Оценка творческого задания производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачёту с оценкой:

1. Основы устройства поисковых систем.
2. Факторы ранжирования поисковых систем.
3. SEO как инструмент интернет-маркетинга.
4. Основы html-верстки для SEO-специалистов.
5. Необходимость html для SEO.
6. Цели сайта и метрики в SEO.
7. Особенности работы с Яндекс.Метрика.
8. Особенности работы с Google Analytics.
9. Вебмастерская панель Яндекс.Вебмастер.
10. Вебмастерская панель Search Console.
11. Методы работы со структурой сайта.
12. Кластеризация семантического ядра.
13. Типы поисковых запросов.
14. Подбор поисковых запросов.
15. Разбивка полученных запросов на группы ручным способом.
16. Разбивка полученных запросов на группы с помощью программ и сервисов.
17. Особенности проведения внутренней оптимизации сайта.
18. Составление ТЗ для написания текстового контента для страниц сайта.
19. Формирование заголовка и метаописания.
20. Определение специфики подбора запросов для продвижения главной страницы.
21. Обзор ошибок в программе Screaming Frog SEO Spider.
22. Оптимизация скорости загрузки сайта.
23. Поисковый спам и его разновидности.
24. Основы линкбилдинга.
25. Источники наращивания ссылочной массы и методы размещения ссылок.
26. Особенности продвижения сайтов услуг и интернет-магазинов.
27. KPI для seo-специалиста.
28. Ценообразование в SEO.
29. Подготовка отчётности и отслеживание позиций.
30. Критерии выбора подрядчика для SEO.
31. Подбор исполнителей для реализации доработок.
32. Составление коммерческого предложения.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести	знание структуры основного

		теоретически знания в практическую плоскость.	учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Толкачев Андрей Николаевич, кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).