

АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

УТВЕРЖДАЮ



Декан факультета экономико-правового и психолого-педагогического образования / О.Е. Баланчук
Протокол заседания Совета факультета экономико-правового и психолого-педагогического образования
№ « 2 » 09 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по учебной дисциплине
образовательная программа
форма обучения

Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации
(наименование)
38.03.02 Менеджмент.
Управление бизнесом и маркетинг
очно-заочная

Йошкар-Ола, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Структура учебной дисциплины для очно-заочной формы обучения	5
3. Содержание учебной дисциплины.....	6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	8
5. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины	9
6. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины	10
Приложение к РПУД.....	14

1. Пояснительная записка

Цель изучения учебной дисциплины:

Цель – формирование системы знаний и практических умений по оптимизации сайтов и их выбору эффективной стратегии их продвижения.

Место учебной дисциплины в учебном плане:

Учебная дисциплина «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации» относится к модулю цифровой маркетинг учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг.

Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы и управлять маркетинговой службой организации с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-3.1: Разрабатывает и обосновывает маркетинговые программы и их компоненты, направленные на достижение целей развития организации	Знать: принципы работы поисковых систем и сущности поисковой оптимизации сайта. Уметь: проводить сравнительный экспресс-анализ сайтов конкурентов. Владеть: навыками текстового и технического аудита сайта и разработки предложений по его поисковой оптимизации.
	ПК-3.2: Реализует маркетинговые программы и их компоненты с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знать: основные элементы поисковой оптимизации сайта, методов, инструментов и процессов их разработки. Уметь: использовать SEO сервисы для расчета характеристик сайтов. Владеть: навыками использования методов и инструментов разработки структуры сайта и распределения семантического ядра, навыками оптимизации внутренних и внешних перелинковок, формирования сниппета.
	ПК-3.3: Определяет эффективность маркетинговых программ и влияние их реализации на показатели деятельности организации и достижение поставленных целей	Знать: оценку эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта. Уметь: определять эффективность поисковой оптимизации при продвижении проекта. Владеть: навыками оценки эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта.

<p>ПК-6: Способен осуществлять маркетинговые исследования и анализировать маркетинговую информацию, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК-6.2: Проводит маркетинговые исследования в соответствии с утвержденным планом, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать: этапы организации и проведения маркетинговых исследований. Уметь: проводить маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>
	<p>ПК-6.3: Проводит анализ и осуществляет мониторинг маркетинговой информации, полученной по результатам проведенного исследования</p>	<p>Знать: методы анализа и интерпретации маркетинговой информации. Уметь: проводить анализ и осуществлять мониторинг маркетинговой информации, полученной по результатам проведенного исследования. Владеть: навыками анализа и мониторинга маркетинговой информации.</p>
	<p>ПК-6.4: Подготавливает информационно-аналитический отчет, отражающий ключевые результаты маркетингового исследования и релевантные метрики</p>	<p>Знать: критерии качества написания и базовую структуру отчета о проведении маркетингового исследования и формы его представления. Уметь: подготавливать информационно-аналитический отчет, отражающий ключевые результаты маркетингового исследования и релевантные метрики. Владеть: навыками подготовки отчета по результатам маркетингового исследования.</p>

Формы текущего контроля успеваемости обучающихся: устный опрос, практические задания, тестовые задания, доклад, реферат.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

2. Структура учебной дисциплины для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч., 9 семестр.

№ п/п	Раздел учебной дисциплины/темы	Всего	Виды учебной работы (в часах)				
			Контактная			Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа
			Лекции	Семинар/ Практические занятия/курсовая работа	Лабораторные занятия		
1.	Тема 1. Введение в SEO	16	4	4	-	-	8
2.	Тема 2. Постановка и отслеживание целей	12	-	4	-	-	8
3.	Тема 3. Работа с семантическим ядром	12	-	4	-	-	8
4.	Тема 4. Внутренняя оптимизация сайта	10	2	2	-	-	6
5.	Тема 5. Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	12	2	2	-	-	8
6.	Тема 6. Оценка эффективности при продвижении проекта	10	2	2	-	-	6
	зачет	-	-	-	-	-	-
	итого:	72	10	18	-	-	44

3. Содержание учебной дисциплины

№	Наименование раздела учебной дисциплины /темы	Содержание
1	Тема 1. Введение в SEO	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие</p> <p>Определение SEO, задачи. Основные элементы поиска: поисковый робот, индексное хранилище и поисковый механизм. Основы устройства поисковых систем. Типы пользовательских запросов. Факторы ранжирования сайтов. SEO как инструмент интернет-маркетинга. Основы html-верстки для SEO-специалистов.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие</p> <p>Структура алгоритмов ранжирования поисковых систем. Анализ моделей монетизации и постановка задач продвижения. Структурный анализ тематического спроса. Профиль сайта, Топология и структура сайтов. Методы продвижения. Инструменты отслеживания. Копирайтинг для сайта. Сайт как носитель информации. Тенденции развития направления SEO. Текстовая оптимизация, семантическое ядро и поисковые запросы. С니ппет и его элементы, принципы написания мега тегов. Технический аудит сайта, файл robots.txt, sitemap, склейка зеркал.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p> <p>1. Закрепление пройденного материала: SEO в качестве инструмента маркетинга.</p> <p>2. Изучение теоретического материала: Виды текстов для сайта (методы привлечения новых посетителей на сайт, Уникальный контент) Понятия копирайтинг и рерайтинг. Структура продающего и seo текста.</p> <p>3. Подготовка доклада/реферата.</p>
2	Тема 2. Постановка и отслеживание целей	<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие</p> <p>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.</p>
		<p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка к семинару/практическому занятию: Настройка целей в Яндекс Метрике. Принципы работы Google Analytics и Яндекс Метрики. Установка вебмастерских панелей: Яндекс.Вебмастер, Search Console.</p>

		2. Подготовка доклада/реферата.
3	Тема 3. Работа с семантическим ядром	<p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие 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).</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Подготовка к семинару/практическому занятию: Пошаговая инструкция по сбору семантического ядра для сайта. 2. Подготовка доклада/реферата.</p>
4	Тема 4. Внутренняя оптимизация сайта	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Проведение внутренней оптимизации. Составление ТЗ для написания текстового контента для страниц сайта. Формирование заголовки и мета-описания. Определение специфики подбора запросов для продвижения главной страницы.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Анализ сайта, с помощью инструменты для вебмастеров Яндекс.Вебмастер и Google Search Console и проведение технического аудита сайта, посредством различных программы и сервисов (Screaming Frog SEO Spider).</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Закрепление пройденного материала: Внутренняя оптимизация сайта: основные этапы, принципы, рекомендации. 2. Подготовка доклада/реферата.</p>
5	Тема 5. Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	<p>Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие Оптимизация поведенческих факторов. Фильтры и санкции. Поисковый спам и его разновидности.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Введение в основы линкбилдинга. Источники наращивания ссылочной массы и методы размещения ссылок.</p> <p>Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Закрепление пройденного материала: Внешняя оптимизация сайта: факторы, стратегия. Поисковый маркетинг. Рынок. История. Технологии поискового маркетинга. Безопасность поискового</p>

		маркетинга. 2. Изучение дополнительного теоретического материала: Разница между внутренним и внешним SEO. Особенности продвижения сайтов услуг и интернет-магазинов. Точки роста для проекта. 3. Подготовка доклада/реферата.
6	Тема 6. Оценка эффективности продвижения проекта при	Перечень вопросов, выносимых на лекционное занятие KPI для SEO-специалиста и ценообразование в SEO. Подготовка отчетности и отслеживание позиций.
		Перечень вопросов, выносимых на семинар/практическое занятие Правильный выбор подрядчика для SEO. Подбор исполнителей для реализации доработок. Постановка задач и контроль исполнения. Как Составление коммерческого предложения.
		Перечень вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, с указанием вида самостоятельной работы 1. Закрепление пройденного материала. Оценка эффективности при продвижении проекта. 2. Подготовка доклада/реферата.

Распределение трудоемкости СРС при изучении учебной дисциплины

Вид самостоятельной работы	Трудоемкость (час)
Подготовка к зачету	12
Проработка конспекта лекций	6
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	10
Проработка учебного материала	8
Написание докладов/рефератов	8
Решение отдельных задач	-

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

Дополнительная литература

1. 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. : ил. – Режим доступа:

по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

2. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669> (ЭБС «Университетская библиотека онлайн»).

5. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническую базу для проведения лекционных и практических занятий по учебной дисциплине составляют:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб. №211	Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: переносной ноутбук, мультимедийный проектор, экран	СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г., Windows 10 Education, Windows 8, Windows 7 Professional (Microsoft Open License), Office Standart 2007, 2010 (Microsoft Open License), Office Professional Plus 2016 (Microsoft Open License), Kaspersky Endpoint Security (Лицензия №17E0-171117-092646-487-711, договор №Tr000171440 от 17.07.2017 г.).
Помещение для самостоятельной работы 424007, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Прохорова, д.28, каб.302	Основное учебное оборудование: специализированная мебель (учебные парты, стулья, стол преподавателя, учебная доска). Технические средства обучения: автоматизированные рабочие места, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду организации	СПС «Консультант Плюс», СПС «Гарант» (договор о сотрудничестве от 23.09.2013 г. с ЗАО «Компьютерные технологии» (ПС Гарант)), регистрационный лист зарегистрированного пользователя ЭПС «Система ГАРАНТ» от 16.02.2012 г. №12-40272-000944; договоры с ООО «КонсультантПлюс Марий Эл» №2017-СВ-4 от 28.12.2016 г. Windows 7 Professional (Microsoft Open License). Sys Ctr Endpoint Protection ALNG Subscriptions VL OLVS E 1Month AcademicEdition Enterprise Per User (Сублиц. договор № Tr000171440 17.07.2017). Office Prosessional 2010 (Microsoft Open License). Архиватор 7-zip (GNU LGPL). Adobe Acrobat Reader DC (Бесплатное ПО). Adobe Flash Player (Бесплатное ПО).

6. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Методические указания для обучающихся с целью подготовки к лекционным занятиям

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

В ходе лекционных занятий необходимо:

– вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

– желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций;

– дорабатывать конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой – в ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

Методические указания для подготовки к практическим (семинарским) занятиям

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо обратить внимание на конспект лекций, разделы учебников и учебных пособий, которые способствуют общему представлению о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам. Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1й этап - организационный;
- 2й этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

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

- уяснение задания, выданного 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 обучающегося к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная её 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 применения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся 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 приобретает практика в изложении и разъяснении

полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Ввиду трудоемкости подготовки к семинару следует продумать алгоритм действий, еще раз внимательно прочитать записи лекций и уже готовый конспект по теме семинара, тщательно продумать свое устное выступление.

Записи имеют первостепенное значение для подготовки к семинарским работы обучающихся. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения и проследить их логику. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у обучающегося, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования. Преподаватель может рекомендовать обучающимся следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

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).

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Необходимо следить, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускать и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного.

Выступления других обучающихся необходимо внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях обучающихся, улавливать недостатки и ошибки. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную выступающим. Изучение обучающимися фактического материала по теме практического занятия должно осуществляться заблаговременно. Под фактическим материалом следует понимать специальную литературу по теме занятия, систему нормативных правовых актов, а также арбитражную практику по рассматриваемым проблемам. Особое внимание следует обратить на дискуссионные теоретические вопросы в системе изучаемого вопроса: изучить различные точки зрения ведущих ученых, обозначить противоречия современного законодательства.

Для систематизации основных положений по теме занятия рекомендуется составление конспектов.

При этом следует обратить внимание на:

- составление списка нормативных правовых актов и учебной и научной литературы по изучаемой теме;
- изучение и анализ выбранных источников;
- изучение и анализ арбитражной практики по данной теме, представленной в информационно - справочных правовых электронных системах и др.;
- выполнение предусмотренных программой заданий в соответствии с тематическим планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины в ходе самостоятельной работы

Методика организации самостоятельной работы обучающихся зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы обучающихся, индивидуальных особенностей обучающихся и условий учебной деятельности.

При этом преподаватель назначает обучающимся варианты выполнения самостоятельной работы, осуществляет систематический контроль выполнения обучающимися графика самостоятельной работы, проводит анализ и дает оценку выполненной работы.

Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Обучающийся может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании контрольных (РГР), курсовых и выпускных квалификационных работ.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа обучающихся в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций, выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;

- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов;
- написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выполнения выпускных квалификационных работ и др.

АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»

**Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

по дисциплине	<u>Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации</u>
	(наименование)
образовательная программа	38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций. Описание показателей оценивания компетенций	16
2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе освоения образовательной программы, критерии оценивания.....	20
3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	35

1. Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций. Описание показателей оценивания компетенций

В процессе освоения образовательной программы обучающиеся осваивают компетенции указанные в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования, сопоставленные с видами деятельности. Освоение компетенций происходит поэтапно через последовательное изучение учебных дисциплин, практик, подготовки ВКР и других видов работ, предусмотренных учебным планом АНО ВО МОСИ.

№ п/п	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства представление в ФОС
1	ПК-3: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы и управлять маркетинговой службой организации с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<p>ПК-3.1: Разрабатывает и обосновывает маркетинговые программы и их компоненты, направленные на достижение целей развития организации</p> <p>ПК-3.2: Реализует маркетинговые программы и их компоненты с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать: принципы работы поисковых систем и сущности поисковой оптимизации сайта.</p> <p>Уметь: проводить сравнительный экспресс-анализ сайтов конкурентов.</p> <p>Владеть: навыками текстового и технического аудита сайта и разработки предложений по его поисковой оптимизации.</p> <p>Знать: основные элементы поисковой оптимизации сайта, методов, инструментов и процессов их разработки.</p> <p>Уметь: использовать SEO сервисы для расчета характеристик сайтов.</p>	<p>Вопросы для устного опроса</p> <p>Практические задания</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к зачету</p> <p>Вопросы для устного опроса</p> <p>Практические задания</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к</p>

			<p>Владеть: навыками использования методов и инструментов разработки структуры сайта и распределения семантического ядра, навыками оптимизации внутренних и внешних перелинковок, формирования сниппета.</p>	зачету
		<p>ПК-3.3: Определяет эффективность маркетинговых программ и влияние их реализации на показатели деятельности организации и достижение поставленных целей</p>	<p>Знать: оценку эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта. Уметь: определять эффективность поисковой оптимизации при продвижении проекта. Владеть: навыками оценки эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта.</p>	<p>Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов/рефератов Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к зачету</p>
2	<p>ПК-6: Способен осуществлять маркетинговые исследования и анализировать маркетинговую информацию, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПК-6.2: Проводит маркетинговые исследования в соответствии с утвержденным планом, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Знать: этапы организации и проведения маркетинговых исследований. Уметь: проводить маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникац</p>	<p>Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов/рефератов Перечень теоретических вопросов и</p>

			<p>ионной сети «Интернет».</p> <p>Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>	<p>тестовых заданий к зачету</p>
		<p>ПК-6.3: Проводит анализ и осуществляет мониторинг маркетинговой информации, полученной по результатам проведенного исследования</p>	<p>Знать: методы анализа и интерпретации маркетинговой информации.</p> <p>Уметь: проводить анализ и осуществлять мониторинг маркетинговой информации, полученной по результатам проведенного исследования.</p> <p>Владеть: навыками анализа и мониторинга маркетинговой информации.</p>	<p>Вопросы для устного опроса</p> <p>Практические задания</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к зачету</p>
		<p>ПК-6.4: Подготавливает информационно-аналитический отчет, отражающий ключевые результаты маркетингового исследования и релевантные метрики</p>	<p>Знать: критерии качества написания и базовую структуру отчета о проведении маркетингового исследования и формы его представления.</p> <p>Уметь: подготавливать информационно-аналитический отчет, отражающий ключевые результаты</p>	<p>Вопросы для устного опроса</p> <p>Практические задания</p> <p>Тестовые задания</p> <p>Темы докладов/рефератов</p> <p>Перечень теоретических вопросов и тестовых заданий к зачету</p>

			маркетингового исследования и релевантные метрики. Владеть: навыками подготовки отчета по результатам маркетингового исследования.	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе освоения образовательной программы, критерии оценивания

Текущая аттестация по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации»

Обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг проходят текущую аттестацию в 9 семестре.

Оценочные средства текущего контроля:

- устный опрос,
- практические задания,
- тестовые задания,
- доклад,
- реферат.

Основные виды оценочных средств по темам представлены в таблице

№ п\п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции/ Индикаторы достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Введение в SEO	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов и рефератов
2.	Тема 2. Постановка и отслеживание целей	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов и рефератов
3.	Тема 3. Работа с семантическим ядром	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов и рефератов
4.	Тема 4. Внутренняя оптимизация сайта	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов и рефератов
5.	Тема 5. Внешняя оптимизация сайта и поисковый маркетинг	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания

			Темы докладов и рефератов
6.	Тема 6. Оценка эффективности при продвижении проекта	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-6.2, ПК-6.3, ПК-6.4	Вопросы для устного опроса Практические задания Тестовые задания Темы докладов и рефератов

Вопросы для устного опроса

1. 10 важнейших факторов ранжирования в поисковой системе Яндекс
2. 10 важнейших факторов ранжирования в поисковой системе Гугл
3. Актуальные в 2022 алгоритмы Гугл
4. Актуальные в 2022 алгоритмы Яндекс
5. Многорукий Бандит Яндекса - добро или зло?
6. Медиапланирование в SEO (что это, зачем и как).
7. Основные метрики в SEO
8. Поисковая оптимизация вне Яндекс и Гугл (Youtube, VK и т.д.)
9. SMO. Почему актуально и как работает.
10. Чёрное SEO. Инструменты и влияние на рынок.
11. Задачи и инструменты SEO-специалиста
12. Что лучше – поисковое продвижение (SEO) или контекстная реклама?
13. Mobile-First Indexing. Что это и почему важно?
14. SERM. Применение в SEO-управления репутацией бренда.
15. С помощью какого оператора можно ограничить область поиска в пределах сайта или домена?
16. Как называется продвижение в конкретном регионе или нескольких регионах?
17. Что проверить в первую очередь, если сайт пропал в поисковой системе?
18. От чего зависит размер семантического ядра?
19. Как качественно почистить семантику на конкретный раздел сайта?
20. Какие запросы нужно продвигать на главной?
21. Зачем нужна внутренняя перелинковка на сайте?
22. Как поисковые системы определяют экспертность текста?
23. Как поисковые системы распознают содержание изображений?
24. Как точно проверить ссылки на свой сайт?
25. Что такое внешние ссылки?
26. Что такое анкор?
27. Что такое вес сайта?
28. Что такое «битая ссылка»?
29. Можно ли выкладывать тексты с сайта в VK и Facebook?
30. Как подписать ролик на Youtube, если основной запрос «продвижение в Instagram»?
31. Как Google Analytics считает отказы?
32. По какому принципу выделить приоритетные страницы/разделы для продвижения?
33. Что такое семантическое ядро?
34. Виды аудита сайта и их содержание.

Средство оценивания: устный опрос

Шкала оценивания:

Устный опрос оценивается по 5-балльной шкале. Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся не только глубоко и прочно усвоил весь программный материал, но и проявил знания, выходящие за его пределы, почерпнутые из дополнительных источников (учебная литература, научно-популярная литература, научные статьи и монографии, сборники научных трудов и интернет-ресурсы и т. п.); умеет самостоятельно обобщать программный материал, не допуская ошибок, проанализировать его с точки зрения различных школ и взглядов; увязывает знания с практикой; приводит примеры, демонстрирующие глубокое понимание материала или проблемы.

Оценка «хорошо» выставляется, если обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и последовательно его излагает, увязывает с практикой, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся усвоил только основной программный материал, но не знает отдельных положений, в ответе допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не знает значительной части основного программного материала, в ответе допускает существенные ошибки, неправильные формулировки.

Практические задания

Практическое задание 1. Основные тенденции развития SEO

Задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека).

Представлены следующие темы:

1. 10 важнейших факторов ранжирования в поисковой системе Яндекс.
2. 10 важнейших факторов ранжирования в поисковой системе Гугл.
3. Актуальные в 2022 алгоритмы Гугл.
4. Актуальные в 2022 алгоритмы Яндекс.
5. Многорукий Бандит Яндекса - добро или зло?
6. Медиапланирование в SEO (что это, зачем и как).
7. Основные метрики в SEO.
8. Поисковая оптимизация вне Яндекс и Гугл (Youtube, VK и т.д.).
9. SMO. Почему актуально и как работает.
10. Чёрное SEO. Инструменты и влияние на рынок.
11. Задачи и инструменты SEO-специалиста.
12. Что лучше – поисковое продвижение (SEO) или контекстная реклама?
13. Mobile-First Indexing. Что это и почему важно?
14. SERM. Применение в SEO-управления репутацией бренда.

Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Практическое задание 2. Создание учебного (тренировочного) проекта (сайта)

Начало работы с Проектом. Выбор учебного проекта - сайт для бизнеса. Анализ целевой аудитории и описание цели сайта. Составление списка конкурентов. Изучение особенностей конкурентной среды в Яндекс и Google.

Практическое задание 3. Работа с семантическим ядром. Составление структуры сайта

- 3.1. Сбор семантического ядра:

- собрать список начальных запросов для вашего сайта.
- расширить список ключевых запросов для всего сайта или нескольких направлений, используя ПО КейКоллектор, Словоев или похожий софт.
- провести «чистку» списка.
- собрать дополнительные параметры по ключевым словам: частоту базовую (ws) и точную (“!WS!”)

Результатом выполнения задания должна стать таблица в формате MS Excel.

3.2 Кластеризация сематического ядра:

- провести кластеризацию собранных ключевых слов.
- варианты: в ручную или с использованием сервисов
- каждому кластеру подобрать страницу (если есть или подписать что будет новая)
- каждому кластеру подписать названия: Основное, второстепенное, дополнительные, если потребуется.

Практическое задание 4. *Виды аудита сайта. Работа с вебмастерскими панелями Яндекс.Вебмастер, Google Search Console*

1) Коммерческий аудит сайта. Проверить свой сайт / сайт конкурента по чек-листу коммерческого аудита

2) Аудит содержания сайта. Провести аудит содержания одной страницы (самой важной) своего сайта или сайта конкурента.

3) Технический аудит сайта-конкурента (скорость загрузки, битые ссылки, метатеги, наличие мобильной версии, дублирование страниц, качество кода и т.д.)

На основе собранных данных составить задание на внедрение изменений на сайте или рекомендации для программиста для создания нового оптимизированного сайта.

Практическое задание 5. *Внутренняя оптимизация сайта*

1. Выбрать страницу для подготовки оптимизации.

Провести аудит содержания контента своего сайта или сайта конкурента по 1 кластеру запросов. Подготовить техническое задание на формирование блоков контента для страницы. Провести текстовый анализ и подготовить задачу на внедрение вхождений на странице. Подготовить ТЗ на текстовый контент.

2. Проанализировать поведенческие факторы конкурента. Проработать сниппет по маркерному запросу 1 страницы.

Практическое задание 6. *Основы HTML для SEO*

Составление схемы перелинковки и написание мета-тегов для предполагаемых страниц сайта-проекта.

Практическое задание 7. *Основы линкбилдинга*

Найти несколько доноров для крауд-ссылок с помощью поиска. Подготовить список для простановки естественных ссылок

Практическое задание 8. *Итоговая защита проекта*

Обработка всей собранной информации, технических заданий. Составление медиаплана продвижения сайта. Подбор инструментов. Анализ необходимого бюджета и прогноз результатов.

Результаты необходимо представить в виде презентации (файл с расширением «.ppt»).

Средство оценивания: практические задания

Шкала оценивания:

Практическое задание оценивается по 5-балльной шкале. Баллы переводятся в

оценки успеваемости следующим образом:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если его работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если его работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Перечень тем докладов и рефератов

1. Этапы развития поисковой оптимизации.
2. Международные и региональные рынки поисковой оптимизации и продвижения.
3. Влияние позиция сайта в результатах поиска на привлечение целевых посетителей.
4. Факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы.
5. Внутренняя оптимизация системы сайта.
6. Внешняя оптимизация.
7. Исследование конкурентов.
8. Статические и динамические внешние факторы.
9. Методы внешней поисковой оптимизации.
10. Публикация в СМИ.
11. «Черные» методы продвижения сайтов и санкции поисковых систем в отношении таких сайтов.
12. Плюсы и минусы поисковой оптимизации.
13. Факторы, понижающие рейтинг сайта.
14. Комплексная оптимизация сайта.

Средство оценивания: реферат

Шкала оценивания:

Реферат оценивается по 100-балльной шкале.

Баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

86-100 баллов – «отлично»;

70- 85 баллов – «хорошо»;

51-69 баллов – «удовлетворительно»;

менее 51 балла – «неудовлетворительно».

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста. Максимальная оценка – 20 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; – новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; – наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы. Максимальная оценка – 30 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие плана теме реферата; – соответствие содержания теме и плану реферата; – полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с историческими источниками и литературой, систематизировать и структурировать материал; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы
3. Обоснованность выбора источников и литературы. Максимальная оценка – 20 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования исторических источников и литературы по проблеме; – привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов, интернет-ресурсов и т. д.).
4. Соблюдение требований к оформлению. Максимальная оценка – 15 баллов.	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на использованные источники и литературу; – грамотность и культура изложения; – использование рекомендованного количества исторических источников и литературы; – владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; – соблюдение требований к объему реферата; – культура оформления: выделение абзацев, глав и параграфов.
5. Грамотность. Максимальная оценка – 15 баллов.	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; – отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; – литературный стиль.

Средство оценивания: доклад

Шкала оценивания:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если:

- автор представил демонстрационный материал и уверенно в нем ориентировался;
- автор отвечает на уточняющие вопросы аудитории;
- показано владение понятиями и категориями дисциплины «Предпринимательское право»;

– выводы полностью отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если:

- демонстрационный материал использовался в докладе, но есть неточности;
- докладчик смог ответить на 2-3 уточняющих вопроса;
- докладчик уверенно использовал понятия и категории дисциплины «Предпринимательское право»;

«Предпринимательское право»;

– выводы докладчика не полностью отражают поставленные цели.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если:

– доклад зачитывается (докладчик затрудняется воспроизвести информацию самостоятельно);

– представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен с ошибками по содержанию темы доклада;

– докладчик не может ответить на 1 и более уточняющих вопроса аудитории;

– выводы представлены, но не отражают поставленные цели и содержание работы.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если:

Не соответствует критериям оценки удовлетворительно.

Тестовые задания

1. Чем измеряется известность в поисковой системе?

а) количеством упоминаний

б) количеством упоминаний и отношением положительных к отрицательным отзывам

с) количеством положительных упоминаний

1. Что следует предпринять, если страница с информацией о товаре переехала на другой адрес?

а) ничего не предпринимать

б) предоставить 404 страницу вместо страницы этого товара

с) применить 301 редирект

2. Для чего используется атрибут hreflang?

а) для указания языка программирования, на котором написана страница, расположенная по ссылке

б) для указания языка и страны, на которую направлена указанная страница

с) для создания специальных ссылок, при наведении на которые появляется окошко с переводом фразы, заключённой в ссылке, на указанный язык

3. Нужно ли отображать блок с рекомендациями товаров?

а) нет, поскольку этот блок может считаться дублированным контентом

б) нет, так как пользователи не доверяют этой информации, считая, что вы предлагаете самые дорогостоящие товары

с) да, для увеличения прибыли и поисковой видимости

4. Какие элементы сайта представлены в списке поисковой выдачи Google?

а) название, адрес и заголовки

б) название, адрес и язык страницы

с) название, адрес и описание

5. Какие из ниже перечисленных URL являются более предпочтительными с точки зрения SEO для Google?

- a) <http://example.com/page.php?id=5&page=6>
 - b) <http://example.com/seo-test>
 - c) http://example.com/seo_test
 - d) <http://example.com/page6>
6. В какой степени позиции сайта в поисковой выдаче зависят от факторов релевантности и авторитета?
- a) в меньшей степени, чем другие факторы
 - b) эти факторы не оказывают влияния на позиции сайта
 - c) в большей степени, чем другие факторы
7. Что из нижеперечисленного можно определить как «степень соответствия информации критериям поиска»?
- a) релевантность
 - b) частота поиска
 - c) рейтинг переходов
8. Является ли фактор конкуренции критерием оценки ключевой фразы?
- a) да
 - b) не всегда
 - c) нет
9. Какие особенности поисковой оптимизации выделяют её среди прочих маркетинговых ходов?
- a) небольшие финансовые затраты
 - b) доступ к подробной информации о поведении пользователей
 - c) возможность точной оценки результатов
 - d) краткосрочный результат
10. Перечислите основные правила проектирования структуры сайта.
- a) избегать тупиковых страниц
 - b) создать понятную для людей структуру
 - c) избегать цикличности
11. Что определяется на этапе планирования при создании контента?
- a) контроль графика выхода контента
 - b) целевая аудитория
 - c) тематика контента
12. Для чего нужен календарь публикаций?
- a) для публикации его на сайте с целью известить пользователей о датах выхода нового контента
 - b) для удобного представления даты публикаций контента с информацией о нём
 - c) для отправки в Webmaster поисковых систем
13. Какие существуют способы уменьшения времени на загрузку пользователями контента?
- a) использование микроформата
 - b) серверное кеширование
 - c) географически распределенная система доставки контента
14. Когда следует применять микроформат?
- a) только для описания самого важного контента
 - b) чем реже, тем лучше
 - c) всегда, когда это возможно
15. Какой редирект следует использовать при перемещении контента навсегда?
- a) 307
 - b) 302
 - c) 301
16. Для чего нужны каталоги интернет ресурсов?
- a) для помощи поисковой системе при структурировании контента

- b) для формирования списка поисковой выдачи в поисковой системе
 - c) для сбора структурированной информации о качественных интернет ресурсах
17. Что такое контекстные ссылки?
- a) ссылки, включенные в содержимое страницы, которые ведут пользователя к запрашиваемой информации
 - b) такого типа ссылок не существует
 - c) ссылки расположенные вверху или внизу сайта и ведущие к основным его страницам
18. Для чего используются хэштеги?
- a) для передачи поисковой системе хеш-функций в мета тегах страницы
 - b) для хеширования текстового контента
 - c) для связи обсуждений на одну тему в социальных сетях
19. Что следует делать со старыми ссылками при обновлении ссылочной структуры сайта?
- a) переместить их на домен второго уровня сайта
 - b) возвращать статус 404 (страница не найдена) при попытке доступа к ним
 - c) ничего
 - d) возвращать статус 301 и переправлять на новые адреса страниц
21. Что подразумевается под словом контент в поисковой оптимизации?
- a) текстовая информация
 - b) как текстовая, так и нетекстовая информация
 - c) нетекстовая информация
22. Как избежать проблем дублирования, если вы перемещаете контент?
- a) приписать к странице старого контента параметр «old»
 - b) приписать к странице старого контента атрибут `<meta name=»old» />`
 - c) использовать редиректы
 - d) использовать файл robots.txt
23. Какой тип контента подойдёт для визуального представления информации на странице?
- a) видео
 - b) изображения
 - c) презентация
24. Как обеспечить быструю индексацию нового контента?
- a) установить дополнение от Google на сервер
 - b) автоматически генерировать и отправлять XML карту в webmaster поисковых систем
 - c) вручную дополнять XML карту и отправлять её в webmaster поисковых систем при каждом изменении контента
25. Что необходимо учитывать при оценке эффективности SEO?
- a) влияние на компанию в целом
 - b) трафик по ключевым словам
 - c) количество показов

Средство оценивания: тест

Шкала оценивания:

Если обучающийся ответил правильно на 91-100 % вопросов, то ему ставится оценка «отлично».

Если обучающийся ответил правильно на 71-90 % вопросов, то он получает оценку «хорошо».

Если обучающийся ответил правильно на 51-70 % вопросов, то ему ставится оценка «удовлетворительно».

Если обучающийся ответил правильно менее чем на 51 % вопросов, то дисциплина считается неувоенной, и он получает оценку «неудовлетворительно».

Промежуточная аттестация по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации»

Обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Управление бизнесом и маркетинг проходят промежуточную аттестацию в форме зачета по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации» в 9 семестре.

При проведении зачета по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации» может использоваться устная или письменная форма проведения.

Примерная структура зачета по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации»:

1. устный ответ на вопросы

Обучающимся на зачете дается время на подготовку вопросов теоретического характера и практического задания.

2. выполнение тестовых заданий

Тестовые задания выполняются в течение 30 минут и состоят из 20-30 вопросов разных типов. Преподаватель готовит несколько вариантов тестовых заданий.

Ответ обучающегося на зачете должен отвечать следующим требованиям:

- научность, знание и умение пользоваться понятийным аппаратом;
- изложение вопросов в методологическом аспекте, аргументация основных положений ответа примерами из современной практики из опыта профессиональной деятельности;
- осведомленность в важнейших современных вопросах бренд-менеджмента.

Выполнение практического задания должно отвечать следующим требованиям:

- владение профессиональной терминологией;
- последовательное и аргументированное изложение решения.

Критерии оценивания ответов на зачете

Уровень освоения компетенции	Формулировка требований к степени сформированности компетенций	Шкала оценивания
Компетенции сформированы	Иметь представление о принципах работы поисковых систем и сущности поисковой оптимизации сайта. Иметь представление об основных элементах поисковой оптимизации сайта, методов, инструментов и процессов их разработки. Иметь представление об оценке эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта. Иметь представление об этапах организации и проведения маркетинговых исследований. Иметь представление о методах анализа и интерпретации маркетинговой информации. Иметь представление о критериях качества написания и базовой структуре отчета о проведении маркетингового исследования и формах его представления.	зачтено

	<p>Проводит сравнительный экспресс-анализ сайтов конкурентов.</p> <p>Использует SEO сервисы для расчета характеристик сайтов.</p> <p>Определяет эффективность поисковой оптимизации при продвижении проекта.</p> <p>Проводит маркетинговые исследования, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Проводит анализ и осуществляет мониторинг маркетинговой информации, полученной по результатам проведенного исследования.</p> <p>Подготавливает информационно-аналитический отчет, отражающий ключевые результаты маркетингового исследования и релевантные метрики.</p> <p>Владеет навыками текстового и технического аудита сайта и разработки предложений по его поисковой оптимизации.</p> <p>Владеет навыками использования методов и инструментов разработки структуры сайта и распределения семантического ядра, навыками оптимизации внутренних и внешних перелинковок, формирования сниппета.</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности поисковой оптимизации при продвижении проекта.</p> <p>Владеет навыками проведения маркетинговых исследований, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Владеет навыками анализа и мониторинга маркетинговой информации.</p> <p>Владеет навыками подготовки отчета по результатам маркетингового исследования.</p>	
Компетенции не сформированы	Не соответствует критериям оценки зачтено	Не зачтено

Рекомендации по проведению зачета

1. Обучающиеся должны быть заранее ознакомлены с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО ВО МОСИ.
2. С критериями оценивания зачета преподаватель обязан ознакомить обучающихся до начала зачета.
3. Преподаватель в ходе зачета проверяет уровень полученных в течение изучения дисциплины знаний, умений и навыков и сформированность компетенций.
4. Тестирование по дисциплине проводится в Центре оценки и контроля качества образования МОСИ.

Перечень вопросов к зачету

1. Основы устройства поисковых систем.
2. Типы пользовательских запросов.
3. Факторы ранжирования сайтов.
4. SEO как инструмент интернет-маркетинга.
5. Основы html-верстки для SEO-специалистов.
6. Текстовая оптимизация.
7. Цели сайта и метрики в SEO.
8. Установка и работа с Яндекс.Метрика.
9. Установка и работа с Google Analytics.
10. Установка вебмастерских панелей: Яндекс.Вебмастер, Search Console.
11. Формирование структуры сайта.
12. Формирование семантического ядра и разбивка полученных запросов на группы ручным способом и с помощью программ и сервисов (Key Collector и Rush Analytics).
13. Проведение внутренней оптимизации.
14. Составление ТЗ для написания текстового контента для страниц сайта.
15. Формирование заголовки и мета-описания.
16. Определение специфики подбора запросов для продвижения главной страницы.
17. Анализ сайта, с помощью инструменты для вебмастеров Яндекс.
18. Вебмастер и Google Search Console и проведение технического аудита сайта, посредством различных программы и сервисов (Screaming Frog SEO Spider).
19. Оптимизация поведенческих факторов.
20. Фильтры и санкции.
21. Поисковый спам и его разновидности.
22. Введение в основы линкбилдинга.
23. Источники наращивания ссылочной массы и методы размещения ссылок.
24. Особенности продвижения сайтов услуг и интернет-магазинов.
25. Точки роста для проекта.
26. KPI для seo-специалиста и ценообразование в SEO.
27. Подготовка отчетности и отслеживание позиций.
28. Правильный выбор подрядчика для SEO.
29. Подбор исполнителей для реализации доработок.
30. Постановка задач и контроль исполнения.
31. Составление коммерческого предложения.

Тест по дисциплине «Поисковый маркетинг и основы поисковой оптимизации»

0 вариант

1. Перелинковки сайта – это:

- 1) внешние ссылки с чужих сайтов на ваш сайт
- 2) ссылки внутри сайта с одной страницы на другую
- 3) ссылки с вашего сайта на внешние сайты
- 4) все ответы правильны

2. Конверсия – это:

- 1) отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия к общему числу посетителей сайта
- 2) отношение общего числа посетителей сайта к числу кликов на ссылку сайта
- 3) отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия к общему числу показов ссылки
- 4) отношение числа кликов на ссылку к числу показов ссылки

3. Склейка зеркал – это:

1) способ объединения доменов, при котором все доменные имена приводят на один и тот же сайт

2) способ объединения доменов, при котором все доменные имена приводят на разные сайты

3) способ объединения доменов, при котором не нужные домены удаляются

4) способ выбора домена, который быстрее всего загружается

4. Программа XENU – это программа анализа:

1) скорости загрузки страниц сайта

2) переходов на сайт

3) «заспамленности» сайта

4) внутренних и внешних ссылок на сайте

5. Тег заголовка H1 не должен превышать:

1) 5 слов

2) 3 слова

3) 7 слов

4) 10 слов

6. Алгоритм индексации PageRank основан на анализе:

1) ссылок

2) релевантности информации

3) ключевых слов

4) поисковых запросов

7. Как правильно писать:

1) SEO

2) СЭО

3) SEO

4) SEO-оптимизация

5) SEO-оптимизация

6) СЭО-оптимизация

8. В поисковой выдаче:

1) первые места занимает органическая выдача

2) первые места занимает то, что более релевантно запросу, независимо от того, реклама это или органическая выдача

3) первые места занимает оплаченная реклама

4) первые мест распределяются случайно между наиболее релевантной рекламой и органической выдачей

9. Файл robots.txt – это:

1) файл описания семантического ядра

2) файл для поисковиков

3) файл содержания sitemap

4) файл адресных данных

10. SEO-ссылка – это:

1) ссылка на ваш сайт с внешнего ресурса по причине интересного контента вашего сайта

2) ссылка на ваш сайт с внешнего ресурса по причине релевантного контента вашего сайта для пользователей внешнего сайта

3) покупная ссылка с целью повлиять на поисковые алгоритмы

4) внутренняя ссылка на сайте

11. Какие элементы сайта представлены в списке поисковой выдачи Google?

1) название, адрес и заголовки

2) название, адрес и язык страницы

3) название, адрес и описание

12. Какие из ниже перечисленных URL являются более предпочтительными с точки зрения SEO для Google?

- 1) <http://example.com/page.php?id=5&page=6>
- 2) <http://example.com/seo-test>
- 3) http://example.com/seo_test
- 4) <http://example.com/page6>

13. В какой степени позиции сайта в поисковой выдаче зависят от факторов релевантности и авторитета?

- 1) в меньшей степени, чем другие факторы
- 2) эти факторы не оказывают влияния на позиции сайта
- 3) в большей степени, чем другие факторы

14. Что из нижеперечисленного можно определить как «степень соответствия информации критериям поиска»?

- 1) релевантность
- 2) частота поиска
- 3) рейтинг переходов

15. Какие особенности поисковой оптимизации выделяют её среди прочих маркетинговых ходов?

- 1) небольшие финансовые затраты
- 2) доступ к подробной информации о поведении пользователей
- 3) возможность точной оценки результатов
- 4) краткосрочный результат

16. Какие существуют способы уменьшения времени на загрузку пользователями контента?

- 1) использование микроформата
- 2) серверное кеширование
- 3) географически распределенная система доставки контента

17. Для чего нужны каталоги интернет ресурсов?

- 1) для помощи поисковой системе при структурировании контента
- 2) для формирования списка поисковой выдачи в поисковой системе
- 3) для сбора структурированной информации о качественных интернет ресурсах

18. Что следует делать со старыми ссылками при обновлении ссылочной структуры сайта?

- 1) переместить их на домен второго уровня сайта
- 2) возвращать статус 404 (страница не найдена) при попытке доступа к ним
- 3) ничего
- 4) возвращать статус 301 и переправлять на новые адреса страниц

19. Как обеспечить быструю индексацию нового контента?

- 1) установить дополнение от Google на сервер
- 2) автоматически генерировать и отправлять XML карту в webmaster поисковых систем

3) вручную дополнять XML карту и отправлять её в webmaster поисковых систем при каждом изменении контента

20. Что необходимо учитывать при оценке эффективности SEO?

- 1) влияние на компанию в целом
- 2) трафик по ключевым словам
- 3) количество показов

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Средство оценивания: устный опрос МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К УСТНОМУ ОПРОСУ

Устный опрос – удобная форма текущего контроля знаний. Целью устного опроса является обобщение и закрепление изученного материала. Главное преимущество – занимает мало времени от 5 до 7 мин., при этом в зависимости от количества вопросов, позволяет проверить большой объем и глубину знаний. Устный опрос может проводиться несколько раз за тему, что позволяет диагностировать, контролировать и своевременно корректировать усвоение материала, что значительно повышает эффективность обучения и закрепляет знания учащихся.

Для успешной подготовки к устному опросу, обучающийся должен изучить/законспектировать рекомендованную литературу. Внимательно осмыслить лекционный материал. При ответе особо выделить главную мысль, сделать вывод.

Средство оценивания: доклад МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА

Подготовка доклада – это вид самостоятельной работы, который способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме обучающиеся составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения. Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы:

- изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых, как правило, дает сам преподаватель;
- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений;
- обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана;
- написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Средство оценивания: реферат МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА

Тему реферата обучающиеся выбирают самостоятельно, ориентируясь на прилагаемый примерный список. В реферате обучающиеся показывают знания дисциплины и умение реферировать, т. е. творчески анализировать прочитанный текст, а также умение аргументированно и ясно представлять свои мысли, с обязательными ссылками на использованные источники и литературу. В реферате желательно отразить различные точки зрения по вопросам выбранной темы.

Реферат следует писать в определенной последовательности. Обучающемуся

необходимо ознакомиться с рабочей программой по дисциплине, выбрать нужную тему, подобрать и изучить рекомендованные документы и литературу. Если заинтересовавшая обучающегося тема не учтена в прилагаемом списке, то по согласованию с преподавателем можно предложить свою. Выбирая тему реферата, необходимо руководствоваться личным интересом и доступностью необходимых источников и литературы.

Поиск литературы по избранной теме следует осуществлять в систематическом и генеральном (алфавитном) каталогах библиотек (по фамилии автора или названию издания) на библиографических карточках или в электронном виде. Поиск литературы (особенно статей в сборниках и в коллективных монографиях) облегчит консультация с библиографом библиотеки. Возможен также поиск перечней литературы и источников по информационным сетевым ресурсам (Интернета).

Ознакомившись с литературой, обучающийся отбирает для своего реферата несколько научных работ (монографий, статей и др.). Выбирая нужную литературу, следует обратить внимание на выходные данные работы.

Объем реферата колеблется в пределах 25-30 страниц формата А-4 с кеглем 14 и полуторным интервалом между строками в обычной компьютерной редакторской программе. Отредактированная работа должна быть пронумерована (номер ставится в верхней части страницы, по центру) и сброшюрована.

Реферат должен быть оформлен в компьютерном варианте. Компьютерный текст должен быть выполнен следующим образом:

- текст набирается на одной стороне листа;
- стандартная страница формата А4 имеет следующие поля: правое – 10 мм, левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;
- межстрочный интервал – полуторный;
- гарнитура шрифта – Times New Roman;
- кегль шрифта – 14;
- абзацный отступ – 1,25 пт.

На титульном листе, который не нумеруется, указывается название полное название Института, кафедры, полное название темы реферата, курс, отделение, номер учебной группы, инициалы и фамилия обучающегося, а также ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия преподавателя, который будет проверять работу.

На второй странице размещается оглавление реферата, которое отражает структуру реферата и включает следующие разделы:

- введение, в котором необходимо обосновать выбор темы, сформулировать цель и основные задачи своего исследования, а также можно отразить методiku исследования;
- основная часть, состоящая из нескольких глав, которые выстраиваются по хронологическому или тематическому принципу, озаглавливаются в соответствии с проблемами, рассматриваемыми в реферате. Главы желательно разбивать на параграфы. Важно, чтобы разделы оглавления были построены логично, последовательно и наилучшим образом раскрывали тему реферата;
- заключение, в котором следует подвести итоги изучения темы, на основании источников, литературы и собственного понимания проблемы изложить свои выводы.

Ссылки на источники и литературу, использованные в реферате, обозначаются цифрами в положении верхнего индекса, а в подстрочных сносках (внизу страницы) указывается источник, на который ссылается автор. Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия книги, места и года ее издания, страницы, на которую сделана ссылка в тексте.

Цитирование (буквальное воспроизведение) текста других авторов в реферате следует использовать лишь в тех случаях, когда необходимо привести принципиальные положения, оптимально сформулированные выводы и оценки, прямую речь, фрагмент документа и пр. В цитате недопустима любая замена слов. Если в работе содержатся

выдержки (цитаты) из отдельных произведений или источников, их следует заключить в кавычки и указать источник, откуда взята данная цитата (автор, название сочинения, год и место издания, страница, например: Маршалова А. С. Система государственного и муниципального управления: Учебное пособие. – М., 2021. – С. 10.). Издательство в сносках обычно не указывается.

В реферате допускается передача того или иного эпизода или определенной мысли своими словами. В этом случае в тексте кавычки не ставятся, но в подстрочном примечании следует указать выходные данные источника. В тех случаях, когда сноска делается повторно на одно и то же издание, тогда в подстрочном примечании выходные данные не приводятся полностью.

Например:

Выработка политических ориентиров в значительной степени основана не на строго рациональном или научном анализе, а на понимании необходимости защиты тех или иных социальных интересов, осознании характера сопутствующей им конкуренции.

Т.е. в первой сноске указывается автор, полное название, место, год издания, страницы, на которые ссылаются.

В дальнейшем в сноске следует писать: Там же. – С. 98.

Если сноска на данную работу дана после других источников, следует писать: Государственная политика: Учебное пособие. – С. 197. (без указания места и года издания).

Ссылки на Интернет даются с обязательной датой просмотра сайта, т. к. сайты часто обновляются и порой невозможно найти те материалы, которые использовались в реферате. Например: Федеральный закон от 14 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» [электронный текстовый документ]. URL:http://www.ranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/11/11264/index.php [дата обращения: 13.11.2015].

Вполне возможно помещение всех сносок реферата в специальный раздел Примечания.

В конце реферата приводится библиографический список, составленный в алфавитном порядке в соответствии с требованиями к оформлению справочно-библиографического аппарата. Источники и литература должны быть оформлены на разных страницах. Следует указывать только те источники и литературу, которую магистрант действительно изучил.

Библиографический список и сноски оформляются в соответствии с действующими стандартами. Реферат может содержать приложения в форме схем, таблиц, образцов документов и другие изображения в соответствии с темой исследования.

При написании реферата должно быть использовано не менее 25 источников или единиц литературы (книг, статей, интернет-сайтов, документов и др.). Учебники, энциклопедические и справочные издания не являются основной литературой и не входят в круг этих 25 наименований.

Если в реферате магистрант желает привести небольшие по объему документы или отдельные разделы источников, касающиеся выбранной темы, различные схемы, таблицы, диаграммы, карты, образцы типовых и эксклюзивных документов и другую информацию по основам государственного и муниципального управления, то их можно привести в разделе Приложения. При этом каждое приложение должно быть пронумеровано и снабжено указанием, откуда взята информация для него.

Введение, заключение, новые главы, библиографический список, должны начинаться с нового листа.

Все страницы работы, включая оглавление и библиографический список, нумеруются по порядку с титульного листа (на нем цифра не ставится) до последней страницы без пропусков и повторений. Порядковый номер проставляется внизу страницы по центру, начиная с цифры 2.

В реферате желательно высказывание самостоятельных суждений, аргументов в пользу своей точки зрения на исследуемую проблему. При заимствовании материала из первоисточников обязательны ссылки на автора источника или интернет-ресурс, откуда взята информация. Реферат, значительная часть которого текстуально переписана из какого-либо источника, не может быть оценена на положительную оценку.

Средство оценивания: тест
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Непременной сопутствующей процедурой преподавания любой дисциплины являлся контроль уровня усвоения учебного материала. В настоящее время среди разнообразных форм контроля в учебном процессе стали активно применяться тестовые задания, которые позволяют относительно быстро определить уровень знаний обучающихся. Тестовые задания является одной из наиболее научно обоснованных процедур для выявления реального качества знания у испытуемого обучающегося. Впрочем, тестирование не может заменить собой другие педагогические средства контроля, используемые сегодня преподавателями. В их арсенале остаются устные экзамены, контрольные работы, опросы обучающихся и другие разнообразные средства. Они обладают своими преимуществами и недостатками и по-прежнему наиболее эффективны при их комплексном применении в учебной практике.

По этой причине каждое из перечисленных средств применяется преподавателями на определенных этапах изучения дисциплины. Самое главное преимущество тестов – в том, что они позволяют преподавателю и самому обучающемуся при самоконтроле провести объективную и независимую оценку уровня знаний в соответствии с общими образовательными требованиями. Наиболее важным положительным признаком тестового задания является однозначность интерпретации результатов его выполнения. Благодаря этому процедура проверки может быть доведена до высокого уровня автоматизма с минимальными временными затратами. При проведении тестирования степень сложности предлагаемых вопросов определяются преподавателем в зависимости от уровня подготовленности группы.