



Силабус курсу WEB-маркетинг: SEO

Ступінь вищої освіти – магістр
Спеціальність – 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма «Управління персоналом»

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 4 Мова викладання: українська

Керівник курсу

Борисова Тетяна Михайлівна

Д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу ЗУНУ



Контактна інформація

borisova.tanushka@gmail.com, +380961560900

Опис дисципліни

Дисципліна «WEB-маркетинг: SEO» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та вироблення практичних навичок із оптимізації веб-сайту під ключові запити у пошуковій системі Google, просування сайтів в пошукових системах, аналізу конкурентів в пошуковій видачі, а також способи уникнення санкцій і фільтрів пошукових систем. Дисципліна орієнтує на відпрацювання практичних навичок із використання пошукових технологій в маркетингу.

Структура курсу

Години (лек./практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
4/2	ПРОСУВАННЯ САЙТІВ В ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ: ОСНОВИ І КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ.	Знати термінологію пошукового маркетингу, вміти складати бриф для клієнта, знати KPI для SEO, аналізувати основні фактори ранжування, знати відмінності у алгоритмах пошукових систем.	Тести, питання, брифування клієнта
4/2	ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТ. ЮЗАБІЛІТІ.	Засвоїти поняття юзабіліті та контенту сайту, проводити аналіз контенту та юзабіліті сайту, обґрунтувати роль https, robots.txt, sitemap.xml, позаструктурних елементів для пошукового маркетингу, вміти зробити технічний аудит сайту, вміти виявити биті посилання, коди відповіді сторінок, проаналізувати структуру сайту.	Кейси, технічний аудит сайту
6/2	СЕМАНТИЧНЕ ЯДРО САЙТУ. ОПТИМІЗАЦІЯ СТОРІНОК САЙТУ ПІД КЛЮЧОВІ ЗАПИТИ.	Вміти будувати семантичне ядро сайту, обґрунтувати технічне завдання на копірайт, освоїти інструменти і методи захисту контенту від копіювання, вміти оптимізувати сторінки сайту під пошукові запити (SEO-теги, тексти, картинки).	Задачі, технічне завдання на копірайт
6/2	LINK BUILDING І ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ.	Засвоїти принципи побудови посилкової маси і зовнішньої оптимізації сайту, здійснювати аналіз типів посилань та типів перелінковки, вміти закривати сторінки сайту від індексації, засвоїти методи нарощення авторитету сайту, вміти розрахувати бюджет на посилання	Задачі, кейси
6/4	АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ В ПОШУКОВІЙ ВИДАЧІ.	Аналізувати конкурентів в пошуковій видачі, засвоїти методи діагностики конкурентних переваг, оперувати основними сервісами та інструментами дослідження конкурентів у Інтернет.	Задачі
4/3	САНКЦІЇ І ФІЛЬТРИ ПОШУКОВИХ СИСТЕМ.	Засвоїти принципи етичної та безпечної пошукової оптимізації, вміти вийти з-під санкцій пошукових систем, опанувати методику та інструменти діагностування санкцій і фільтрів пошукових систем.	Тести, питання

Літературні джерела

1. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. К.: Агенство «Іріо». 2018. 160 с.
2. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроузахакери змінюють правила гри. Київ: Наш формат. 2018. 104 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : Видавнича група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
5. Талер Р., Санстейн К. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір. Київ : Наш формат, 2017. 312 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів і перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (КПІЗ)
30%	40%	30%
1. Усне опитування за темами 1-3 (кожна тема 10 балів) до 30 балів. 2. Письмова робота до 70 балів.	1. Усне опитування за темами 4-6 (кожна тема 10 балів) до 30 балів. 2. Письмова робота до 70 балів.	1. Виконання завдань під час тренінгу до 20 балів. 2. Підготовка КПІЗ, на основі сформованих індивідуальних завдань = 50 балів. 3. Захист КПІЗ = 30 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом