

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и

организационным инициативам



О. И. Чуприс

2018 г.

Регистрационный №УД- 5465 /уч.

ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА

Учебная программа учреждения высшего образования

по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 08 Журналистика

направление специальности

1-23 01 08-03 Журналистика (веб-журналистика)

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013 от 30.08.2013 №88 и учебных планов учреждения высшего образования № Е 23-265/уч. от 29.05.2015, Е 23и-256/уч. от 20.02.2015.

Составитель:

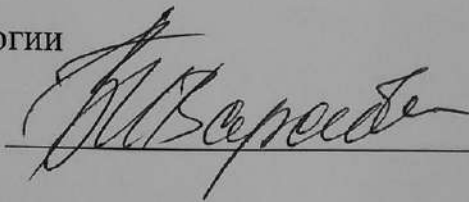
Королев И.А, преподаватель кафедры медиалогии и веб-журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой медиалогии и веб-журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 16 от 28.06. 2018 г.)

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 6 от 28.06. 2018 г.)

Заведующий кафедрой медиалогии
и веб-журналистики
Института журналистики БГУ



Воробьев В. П.



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Продвижение сайта» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта для направления специальности 1-23 01 08-03 «Журналистика (веб-журналистика)».

Цель и задачи дисциплины.

Главная цель учебной дисциплины – дать студентам комплексные и системные знания об особенностях поискового продвижения сайтов Интернет-СМИ, привить навыки практической работы в онлайн-изданиях, научить будущих журналистов эффективно использовать технологии поискового продвижения в редакционной деятельности.

Задачи дисциплины: помочь студентам в освоении и грамотном использовании методов поисковой оптимизации для решения задач маркетинга; показать студентам важность использования новых информационных технологий в редакционной деятельности; поспособствовать развитию творческого мышления студентов, сформировать у них практические навыки для дальнейшей работы в редакциях печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ.

Связи с другими учебными дисциплинами. Дисциплина тесно связана с такими дисциплинами, как «Веб-дизайн», «Компьютерная графика», «Программирование веб-сайтов», «Основы творческой деятельности веб-журналиста».

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием. Дисциплина является дисциплиной по выбору, входит в цикл общепрофессиональных дисциплин УВО.

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом

• **знать:**

- особенности организации и планирования работы редакции Интернет-СМИ;
- методику подготовки информационных и аналитических материалов для Интернет-изданий;
- методы работы творческих и технических подразделений онлайн-редакции;
- особенности организации и планирования работы редакции Интернет-СМИ;
- базовые принципы веб-дизайна Интернет-изданий;
- современные технологии управления сайтами Интернет-газет;

уметь:

- грамотно использовать поисковые системы для решения задач маркетинга;
- создавать тематический план Интернет-издания;
- готовить авторские материалы для Интернет-изданий;

- организовывать Интернет-конференции;
- работать с различными системами управления сайтами Интернет-изданий;

владеть:

- приемами и инструментами эффективного анализа конкурентной среды;
- методами составления сценариев поведения и использования пользователями продукта;
- навыками разработки УТП для информационных продуктов;
- приемами настраивания контекстной и таргетинговой рекламы в Интернете;
- технологиями рекламы и маркетинга в социальных медиа (SMM).

Требования к компетентности специалиста

• Требования к академическим компетенциям специалиста

Специалист должен:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

• Требования к социально-личностным компетенциям специалиста

Специалист должен:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

• Требования к профессиональным компетенциям специалиста

Специалист должен быть способен:

ПК-1. Постоянно совершенствовать методы создания журналистского контента, используя современные информационные технологии.

ПК-2. Творчески применять полученные знания и приобретенные навыки в профессиональной деятельности.

ПК-3. Владеть основами творческой деятельности теле-, радио- и интернет-журналиста, методикой теле-, радио- и интернет-журналистики, профессиональным мастерством теле-, радио- и интернет-журналиста.

Технологическая деятельность

ПК-5. Владеть навыками разработки, наполнения и обновления сайтов интернет-изданий, информационных агентств, пресс-центров, пресс-служб.

Организационно-управленческая деятельность

ПК-7. Отслеживать изменения нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность СМИ, и учитывать их в своей работе; знать номенклатуру документации организации-работодателя.

ПК-8. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, мотивировать выполнение возложенных на членов трудового коллектива обязанностей.

Инновационная деятельность

ПК-16. Оценивать конкурентоспособность и экономическую эффективность разрабатываемых технологий.

ПК-17. Применять методы анализа и организации внедрения инноваций.

Информационно-аналитическая деятельность

ПК-20. Проводить сбор, обработку, систематизацию, актуализацию, представление, распространение, анализ и интерпретацию информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-22. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-23. Анализировать базовые модели политической коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в политической сфере.

Экспертно-референтская деятельность

ПК-25. Оценивать исторические и современные проблемы и тенденции, готовить научные материалы, составлять рефераты, обзоры, рецензии.

ПК-26. Представлять итоги проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями с привлечением современных средств редактирования и печати.

Журналистская деятельность

ПК-29. Уметь применять систему методов журналистского творчества; жанровые разновидности журналистского текста и особенности работы над материалами разных жанров.

Научно-исследовательская деятельность

ПК-30. Осуществлять сбор и систематизацию научно-практической информации по теме исследования в области информации и коммуникации.

Методическая организация дисциплины. Цели и задачи дисциплины определяют ее структуру и объем. Основная часть аудиторного времени отводится на лекции и семинарские занятия, которые проводятся под руководством преподавателя.

При проведении занятий предполагаются следующие формы работы:

- демонстрационная – студенты сотрудничают с редакциями средств массовой информации и применяют полученные знания на практике;
- фронтальная – студенты работают под руководством преподавателя;
- проектные технологии;
- коммуникативные технологии (дискуссия, пресс-конференция, учебные дебаты);
- метод работы в малых группах;
- самостоятельная работа студентов над индивидуальными заданиями.

На лабораторных занятиях предлагается использовать проектор, с помощью которого преподаватель может демонстрировать приемы работы в интернет-СМИ и проводить опрос студентов.

Дисциплина предполагает наличие широкой эмпирической базы различных медиапроектов и активное использование метода case-study.

Информация о дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации.

Дисциплина преподается для студентов **очной формы обучения** в 5 семестре (3 курс). Текущая аттестация проводится в 5 семестре в форме экзамена.

Факультет	Журналистики
Форма получения высшего образования	Очная
Курс	3
Семестр	5
Всего часов по дисциплине	90
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	8
Лабораторные	24
УСР	2
Форма текущей аттестации	Экзамен

Содержание учебного материала

Тема 1. Продвижение сайта: основные понятия, задачи, перспективы развития

- Продвижение сайта как объект и предмет исследования. Понятие веб-сайта, технологическая специфика веб-сайтов, перспективы развития
- Основные понятия: поисковые системы, SEO, SMM
- Взаимодействие SEO с социальными медиа
- Место и роль социальных продвижения сайта в работе журналиста
- Редактор сайта как новая специализация: цели, задачи, круг обязанностей

Тема 2. Статистика и анализ сайта. Оценка эффективности сайта

- Задачи Интернет-статистики. Оценка параметров посещаемости
- Анализ данных. Яндекс.Метрика – установка и использование. Изучение функциональных параметров
- Отличие Яндекс.Метрики от других подобных систем аналитики
- Система веб-аналитики и оценки удобства сайта Webvisor - возможности и применение

Тема 3. Устройство и принцип работы поисковых систем

- Понятие поисковой системы
- Принципы работы поисковых систем
- Виды поисковых роботов
- Порядок индексации сайтов и поисковой выдачи
- Принципы алгоритмов выдачи поисковых систем Яндекс и Google
- Апдейт алгоритмов ранжирования поисковой системы Яндекс – логика изменения и тенденции развития

Тема 4. Подбор ключевых слов. Создание семантического ядра сайта

- Выбор ключевых слов для продвижения сайта
- Типы запросов по частотности и степени конверсии
- Создание семантического ядра и выбор ключевых страниц сайта
- Анализ сайтов конкурентов
- Выбор основной стратегии поискового продвижения сайта

Тема 5. Создание текста. Основы копирайтинга

- Особенности восприятия текста, размещенного в Сети
- Принципы создания текстов для главной страницы веб-сайта
- Правила создания эффективного заголовка
- Оформление текстов на главной странице с учетом последнего изменения алгоритма поисковой системы Яндекс

Тема 6. Основы языка HTML, необходимые для продвижения сайта

- Понятие HTML. Метатеги: их роль и значение
- Основные тэги веб-страницы. Тэг заголовка и требования к нему
- Создание текстовых ссылок. Атрибуты текстовых ссылок
- Создание заголовков. Управление изображениями в веб-странице
- Тэги логического и физического форматирования текста

Тема 7. Контентная оптимизация сайта

- Разработка стратегии работы с социальными платформами в редакции СМИ
- Заголовок страницы. Правила написания заголовка страниц
- Заголовки текста h1-h6 и их роль при оптимизации и продвижении
- Ссылочное ранжирование. Правила внутренней перелинковки страниц сайта
- Понятие контентной оптимизации текстов на страницах сайта
- Методика расчёта плотности ключевых слов

Тема 8. Технологии продвижения сайта при помощи ссылок

- Принцип работы ссылок
- Анализ автоматического и ручного режима покупки ссылок
- Плюсы и минусы автоматического и ручного режима покупки ссылок
- Особенности контекстных ссылок. Особенности работы с биржей ссылок
- Алгоритм поиска эффективных площадок. Анализ ценовой политики сайтов
- Проверка индексации ссылки. Сроки индексации для ссылок разного уровня вложенности

Тема 9. Технологии продвижения сайта при помощи статей

- Отличие продвижения ссылками от продвижения статьями
- Формула вложения средств в разные стратегии продвижения
- Проверка индексации статей. Критерии индексации ссылок
- Ручной и автоматический режим размещения статей
- Рерайтинг статей автоматическим и ручным способом
- Использование метода шинглов при рерайтинге

Тема 10. Нарушения и штрафные санкции при продвижении сайта

- Понятие белого, серого и черного продвижения сайтов
- Штрафные санкции поисковых систем за применение запрещенных методов продвижения
- Виды штрафных санкций: исключение из поисковой базы, пессимизация, наложение фильтра
- Фильтры поисковой системы Яндекс и фильтры поисковой системы Google
- Действия оптимизатора при наложении штрафных санкций
- Срок наложения штрафных санкций

Тема 11. Программы для поискового продвижения сайта

- Виды программного обеспечения для продвижения сайта
- Обзор платных и бесплатных программ
- Программы, автоматизирующие деятельность: Semonitor, Page Promoter, SiteAuditor
- Программы под конкретную задачу: Yazzle, Site Content Analyzer, Seo anchor generator, Advego Plagiatus

Тема 12. Интернет-маркетинг в работе редакции СМИ

- Особенности социальных медиа в качестве технологии дистрибуции контента
- Обратная связь с аудиторией СМИ посредством социальных медиа. Модерирование сообществ и комментариев
- Менеджмент редакционных аккаунтов и контент-стратегия СМИ
- Базовые приемы SMM. Продвижение контента в социальных медиа, проведение рекламных кампаний, конкурсов

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ для студентов очной формы обучения

№ раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практ. Занятия	Семинар. занятия	Лаборат. занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Продвижение сайта: основные понятия, задачи, перспективы развития	2			2			Устный опрос; Защита отчета по лабораторной работе
2.	Статистика и анализ сайта. Оценка эффективности сайта	2			2			Устный опрос; Защита отчета по лабораторной работе
3.	Устройство и принцип работы поисковых систем	2			2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
4.	Подбор ключевых слов. Создание семантического ядра сайта	2			2		2	Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
5.	Создание текста. Основы копирайтинга				2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
6.	Основы языка HTML, необходимые для продвижения сайта				2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
7.	Контентная оптимизация сайта				2			Презентация стратегии продвижения веб-сайта
8.	Технологии продвижения сайта при помощи ссылок				2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
9.	Технологии продвижения сайта при помощи статей				2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе

10.	Нарушения и штрафные санкции при продвижении сайта				2			Защита выполненных студентом доклада, реферата, эссе
11.	Программы для поискового продвижения сайта				2			Сообщение; Защита отчета по лабораторной работе
12.	Интернет-маркетинг в работе редакции СМИ				2		2	Презентация стратегии продвижения веб-сайта
Итого:		8			24		4	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Вертайм, К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / К. Вертайм, Я. Фенвик. – Альпина Паблишер, 2010. – 377 с.
3. Ву, Т. Главный рубильник. Расцвет и гибель информационных империй от радио до интернета / Т. Ву. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 384 с.
4. Гурьев, Д. А. Поисковое продвижение шаг за шагом / Д. А. Гурьев. – Мн., 2008 – 192 с.
5. Евдокимов, Н. В. Основы контентной оптимизации. Эффективная интернет-коммерция и продвижение сайтов в интернет / Н. В. Евдокимов. – М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 160 с.
6. Поисковые механизмы – как искать в сети [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.raskruty.ru/raskrutka23.html>. – Дата доступа: 02.03.2011.
7. Серновиц, Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить / Э. Серновиц – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.
8. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Вирусный маркетинг в интернете [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://kingstondefense.com/virusnyj-marketing-v-internete>. – Дата доступа: 03.03.2018.
2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.proweb.ru/articles/oglavlenie/glava1/i-marketing>. – Дата доступа: 02.03.2018.
3. Модели поведения посетителей сайтов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.woweb.ru/publ/39-1-0-343> Автор: E-commerce.ru. – Дата доступа: 04.03.2018.
4. Обмен статьями [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.seogloba.ru/103.html>. – Дата доступа: 05.03.2018.
5. Регистрация в каталогах поисковых систем [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.nicesites.ru/na-zametku/registratsiya-v-katalogakh-poiskovykh-sistem>. – Дата доступа: 09.03.2018.

6. Расмьюссен, М. Как писать эффективные рекламные e-mail письма / М. Расмьюссен [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.berestneff.com. – Дата доступа: 02.03.2018.
7. Рузанов, Д. Комплексный аудит сайта – залог успешной рекламной кампании / Д. Рузанов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.i-vi.ru/?p=919>. – Дата доступа: 02.03.2018.
8. Степанов, В.А. Социальные медиа как канал дистрибуции контента для белорусских СМИ / В.А. Степанов // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2017. – №1. – С. 100–105.

ИНФОРМАЦИЯ ПО КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ

Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по дисциплине входят:

- защита отчета по лабораторной работе;
- устный опрос по заданиям к семинарским занятиям;
- мультимедийные презентации;
- выступление с сообщением;
- защита реферата, доклада, эссе.

Рекомендуемыми средствами диагностики могут выступать устные и письменные опросы, задания практической направленности.

Методика формирования итоговой оценки осуществляется с учетом:

- Правила проведения аттестации (Пост. № 53 от 23.05.2012 г.);
- Положения о рейтинговой системе в БГУ (Приказ ректора БГУ № 382-ОД от 18.08.2015);
- Критериев оценки знаний и компетенций студентов по 10-балльной шкале / Белорусский государственный университет. – Режим доступа: <http://www.bsu.by/Cashe/pdf/50473.pdf>.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В качестве задания студентам предлагается подготовить и выступить с презентацией по одной из тем:

1. Стратегия продвижения веб-сайта редакции СМИ
2. Редактор сайта как новая специализация в журналистике
3. Разработка стратегии работы с социальными платформами в редакции СМИ

4. Менеджмент редакционных аккаунтов и контент-стратегия СМИ в социальных медиа
5. Рерайтинг статей автоматическим и ручным способом

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ И ЭССЕ

1. Виды и задачи сайтов
2. Принцип SMART
3. Понятие и виды доменного имени
4. Понятие хостинга
5. Устройство и принцип работы поисковых систем
6. Анализ сайта глазами поисковых систем Яндекс и Google
7. Принципы продвижения сайтов в поисковых системах.
8. Принципы индексации сайта
9. Оценка параметров посещаемости.
10. Функциональные параметры Яндекс.Метрики и Google Analytics
11. Порядок поисковой выдачи
12. Выбор ключевых слов для продвижения сайта
13. Типы запросов по частотности
14. Типы запросов по степени конверсии
15. Распределение семантического ядра
16. Анализ сайтов конкурентов
17. Расчет сложности продвижения сайта
18. Метатеги: их роль и значение
19. Создание заголовков
20. Управление изображениями на веб-странице
21. Особенности восприятия текста, размещенного в интернет.
22. Принципы оптимизации текстов для главной страницы
23. Принципы оптимизации для внутренних страниц
24. Принципы оптимизации для рубрик
25. Принципы оптимизации для служебных страниц
26. Правила написания заголовка страниц.
27. Ссылочное ранжирование.
28. Правила внутренней перелинковки страниц сайта.
29. Принцип работы ссылок.
30. Особенности работы с биржами ссылок.
31. Алгоритм поиска эффективных площадок.
32. Требования к площадкам для размещения статей.
33. Размещение статей с различными способами оплаты.
34. Основные способы обмана оптимизаторов при размещении статей
35. Понятие белого, серого и чёрного продвижения сайтов.
36. Штрафные санкции поисковых систем за применение запрещенных методов продвижения.
37. Действия оптимизатора при наложении штрафных санкций.
38. Виды программного обеспечения для продвижения сайта.

39. Программы, автоматизирующие деятельность оптимизатора

40. Программы под конкретную задачу оптимизатора

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Веб-дизайн	Кафедра медиалогии и веб-журналистики	Предложений нет	<i>Изменений не требуется, протокол № 16 от 28.06.2018 г.</i>
Интернет-психология	Кафедра медиалогии и веб-журналистики	Предложений нет	<i>Изменений не требуется, протокол № 16 от 28.06.2018 г.</i>
Интернет-маркетинг	Кафедра медиалогии и веб-журналистики	Предложений нет	<i>Изменений не требуется, протокол № 16 от 28.06.2018 г.</i>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
медиаологии и веб-журналистики (протокол № __ от _____ 201__ г.)
Заведующий кафедрой _____ В.П. Воробьев

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

кандидат филологических наук, доцент _____