

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

Кафедра маркетинга

ПУНЬКО

Мария Ивановна

SEO-ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА ОРГАНИЗАЦИИ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент В.С. Голик

Допущена к защите
«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой маркетинга
кандидат экономических наук, доцент
_____ Н.В. Черченко

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 54 с., 16 рис., 8 табл., 45 источников.

ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА, КОНТЕНТ, SEO, МЕТА-ТЕГИ, КРИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОИСКОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Цель исследования: разработать план действий по поисковой оптимизации интернет-магазина и обеспечить его эффективное использование.

Объект исследования: поисковая оптимизация интернет-магазина lakbishop.by.

Предмет исследования: мероприятия по оптимизации в поисковой выдаче интернет-магазина lakbishop.by.

Методы исследования: метод анализа, метод синтеза, метод дедукции, метод сравнения, метод технико-экономических расчетов и другие научные методы.

Исследования и разработки: изучены теоретические аспекты поисковой оптимизации; проведен анализ маркетинговой деятельности ОДО «Лакби»; дана оценка поисковой оптимизации сайта lakbishop.by; предложены мероприятия по повышению эффективности SEO.

Элементы научной новизны: разработан план по повышению эффективности SEO, включающий создание уникального контента.

Область возможного практического применения: практический маркетинг ОДО «Лакби».

Технико-экономическая, социальная значимость: внедрение предложений по повышению эффективности поисковой оптимизации позволит повысить конкурентоспособность ОДО «Лакби», увеличить численность уникальных посетителей интернет-магазина и улучшить юзабилити сайта.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 54 с., 16 мал., 8 табл., 45 крыніц.

ПОШУКАВАЯ АПТЫМІЗАЦЫЯ САЙТА, КАНТЭНТ, SEO, МЕТА-ТЭГІ, КРІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ ПОШУКАВЫХ МЕРАПРЫЕМСТВАЎ

Мэта даследавання: распрацаваць план дзеянняў па пошукавай аптымізацыі інтэрнэт-крамы і забяспечыць яго эфектыўнае выкарыстанне.

Аб'ект даследавання: пошукавая аптымізацыя інтэрнэт-крамы lakbishop.by.

Прадмет даследавання: мерапрыемствы па аптымізацыі ў пошукавай выдачы інтэрнэт-крамы lakbishop.by.

Метады даследавання: метады аналізу, метады сінтэзу, метады дэдукцыі, метады параўнання, метады тэхніка-эканамічных разлікаў і іншыя навуковыя метады.

Даследаванні і распрацоўкі: вывучаны тэарэтычныя аспекты пошукавай аптымізацыі; праведзены аналіз маркетынгавай дзейнасці ТДА "Лакбі"; дадзена ацэнка пошукавай аптымізацыі сайта lakbishop.by; прапанаваныя мерапрыемствы па павышэнню эфектыўнасці SEO.

Элементы навукавай навізны: распрацаваны план па павышэнню эфектыўнасці SEO, які ўключае стварэнне унікальнага кантэнту.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: практычны маркетынг ТДА "Лакбі".

Тэхніка-эканамічная, сацыяльная значнасць: укараненне прапаноў па павышэнню эфектыўнасці пошукавай аптымізацыі дазволіць павысіць канкурэнтаздольнасць ТДА «Лакбі», павялічыць колькасць унікальных наведвальнікаў інтэрнэт-крамы і палепшыць юзабіліці сайта.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследаванага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішча і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Thesis: 54 s., 16 fig., 8 table, 45 sources.

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, CONTENT, SEO, META TAGS, KPI,
EFFECTIVENESS OF SEARCH ACTIVITIES

The purpose of the study: to develop an action plan for search engine optimization of the online store and ensure its effective use.

Object of research: search engine optimization of online store lakbishop.by.

Subject of research: measures to optimize the search results of the online store lakbishop.by.

Research methods: analysis method, synthesis method, deduction method, comparison method, method of technical and economic calculations and other scientific methods.

Research and development: we studied the theoretical aspects search engine optimization; analyze the marketing activities of CAR "Lakbi"; the estimation of site search engine optimization lakbishop.by; proposed measures to improve the effectiveness of SEO.

Elements of scientific novelty: a plan to improve the efficiency of SEO, including the creation of unique content.

Area of possible practical application: practical marketing of CAR "Lakbi".

Technical, economic, social significance: the introduction of proposals to improve the efficiency of search engine optimization will improve the competitiveness of CAR "Lakbi", increase the number of unique visitors to the online store and improve the usability of the site.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it objectively reflects the state of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
2. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов – СПб. : Питер, 2009. – 400 с.
3. Багиев, Г. Л. Маркетинг : Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб. : Питер, 2007. – 736 с.
4. Басовский Л. Е. Маркетинг : курс лекций / Л. Е. Басовский – М. : ИНФРА-М, 2016. – 219 с.
5. Бесплатная академия интернет-маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/category/seo/> – Дата доступа: 16.03.2019.
6. Бун, Л. Современный маркетинг : учебник / Л. Бун , Д. Куртц. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 1039 с.
7. Вуд, М. Полное и детальное руководство по планированию маркетинга / М. Вуд – М. : Дело и сервис, 2009. – 348 с.
8. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А. М. Годин. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 671 с.
9. Голубков, Е. П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М. : Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
10. Голубкова, Е. Н. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело и Сервис, 2011. - 328 с.
11. Данько, Т. П. Электронный маркетинг: Учеб. пособие / Т. П. Данько, Н. Б. Завьяловой, О. В. Сагиновой. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 377 с.
12. Евдокимов, Н. В. Раскрутка веб-сайта: практическое руководство по SEO 3.0. / Н. В. Евдокимов, И. В. Лебединский – М. : Вильямс, 2011. – 288 с.
13. Енин, Ю. И. Основы интернет-маркетинга: учеб.-метод. комплекс / Ю. И. Енин, В. С. Голик, А. П. Ковалев. – Минск : Изд-во МИУ, 2013. – 160 с.
14. Интернет-магазин [Электронный ресурс] // Официальный сайт интернет-магазина ОДО «Лакби». – Режим доступа: <https://lakbishop.by/>. – Дата доступа: 14.03.2019.
15. Итан, Р. Инструменты McKinsey: Лучшая практика решения бизнес-проблем / Р. Итан, П. Фрига. – СПб. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 224 с.
16. Капон, Н. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – СПб. : Питер , 2010. – 832 с.
17. Кеглер, Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, Д. Пол, Т. Бренд. – Пер. с англ. – М.:Альпина Паблишер, 2003. – 640 с.

18. Кожушко, О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев. – Новосибир. : Интелсиб, 2015. – 327 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2014. - 488 с.
20. Ладонина, Л. Ю. Книга руководителя интернет-проекта. Готовые маркетинговые решения / Л. Ю. Ладонина. – СПб. : Питер, 2008. – 254 с.
21. Нехорошева, Л. Н. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева – Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2008. – 718 с.
22. Отчетные документы ОДО «Лакби» за 2016-2018 гг.
23. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 381 с.
24. Рыбакова, Э. В. Интернет-маркетинг : учебно-методический комплекс для специальности «Управление недвижимостью» / Э. В. Рыбакова. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2017. – 54 с.
25. Сайт о белорусском маркетинге с исследованиями рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.by> – Дата доступа: 25.04.2019.
26. Секерин, В. Д. Основы маркетинга: Учебное пособие / В. Д. Секерин. – М. : КноРус, 2013. – 232 с.
27. Универсальный набор инструментов для профессионалов интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.semrush.com/>– Дата доступа: 19.03.2019.
28. Успенский, И. В. Интернет-маркетинг / И. В. Успенский – СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 267 с.
29. Устав ОДО «Лакби».
30. Халлиган, Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган, Д. Шан. – Минск : Диалектика, 2011. – 256 с.
31. Хибинг, Р. Маркетинг / Р. Хибинг, С. Купер. – Москва : Эксмо, 2010. – 846 с.
32. Хэнсон, У. Internet-маркетинг: Учеб. пособие для студентов вузов / У. Хэнсон, пер. с англ., под ред. Ю. А. Цыпкина. – Москва : ЮНИТИ, 2001. – 527 с.
33. Цахаев, Р. К. Маркетинг: учебник для экономических вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева – Москва : Дашков и К°, 2009. – 548 с.
34. Центр интернет-образования Академия Webcom [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.webcom-academy.by/help/articles/osnovyi_seo_optimizaczii_rukovodstvo_dlya_nachinayushhix_seoshnikov.html/ – Дата доступа: 19.03.2019.
35. Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие / В. А. Шаповалов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. –

345 с.

36. Энж, Э. Д. SEO - искусство раскрутки сайтов / Э. Д. Энж, С. Спенсер. – М. : БХВ-Петербург, 2017. – 135 с.

37. Яковлев, А. Раскрутка сайтов, секреты, трюки 2-е издание / А. Яковлев, В. Ткачев. – СПб. : БХВ- Петербург, 2010. – 323 с.

38. Analytics Russia маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.analytics.ru/> – Дата доступа: 20.04.2019.

39. Creative Marketing Ink материалы по маркетингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creativeinkmarketing.com/> – Дата доступа: 19.03.2019.

40. I.Marketing, статьи по маркетингу, базы данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/> – Дата доступа: 25.04.2019.

41. Market intelligence solutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/> – Дата доступа: 03.04.2019.

42. SEO RU Первым быть просто [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seo.ru/> – Дата доступа: 08.04.2019.

43. SEO тренды в англоязычном интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webmart.by/seo/seo-trendy-2019-i-mnenija-ekspertov.htm> – Дата доступа: 01.05.2019.

44. SEO-анализатор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.seoanalizator.ru/analiz.php> – Дата доступа: 19.03.2019.

45. 100 способов увеличить посещаемость сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://beseller.by/assets/images/books/100_sposobov_uvelichit_poseschaemost.pdf – Дата доступа: 01.05.2019.