

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 12:23:09  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Филологический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

#### **42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

#### **РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет» входит в программу магистратуры «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 6 разделов и 81 тема и направлена на изучение следующих задач: овладение знаниями и навыками, необходимыми для постановки и практического решения задач по осуществлению комплекса мер с целью поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей; обучение осуществлению анализа эффективности поисковой оптимизации; овладение навыком выбора позиции показа объявлений.

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с основами поисковой оптимизации (SEO-оптимизации), устройством поисковых систем, ранжированием сайтов в выдаче результатов поиска, приобретение теоретических знаний и практических навыков в создании и применении контекстной рекламы, влияние контекстной рекламы на SEO.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-3.1 Планировать деятельность рекламного и/или PR-агентства (подразделения) на временную перспективу; ПК-3.2 Отслеживать результаты работы рекламного и/или PR-агентства (подразделения) и оценивать ее эффективность по профессиональным индикаторам;
ПК-4	Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар	ПК-4.1 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; <i>Взаимодействие со СМИ**</i> ; Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах; Разработка сайтов и мобильных приложений; Professional workshop; <i>Управление предприятием в инфокоммуникациях**</i> ;	Продажи и настройка CRM-систем в сети Интернет; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ПК-4	Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар	Рекламное продвижение в Интернете; Professional workshop; Научно-исследовательская работа; Учебно-ознакомительная практика;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	47		47
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Поисковые системы. История и современное состояние.	1.1	Функции и понятие поисковых систем.	ЛК, СЗ
		1.2	Основная задача поисковой системы.	ЛК, СЗ
		1.3	Принципы и алгоритмы работы поисковой системы: Модуль индексирования, База данных, Поисковый сервер.	ЛК, СЗ
		1.4	Поисковые результаты (SERP).	ЛК, СЗ
		1.5	Основные характеристики поисковых систем.	ЛК, СЗ
		1.6	История развития поисковых систем.	ЛК, СЗ
		1.7	Создание «Агентства высокотехнологичных исследовательских проектов» (Advanced Search Projects Agency, ARPA).	ЛК, СЗ
		1.8	Создание проекта Xanadu.	ЛК, СЗ
		1.9	Разработка и создание концепции World Wide Web.	ЛК, СЗ
		1.10	Поисковая система Арчи.	ЛК, СЗ
		1.11	Первая поисковая система по World Wide Web - Aliweb.	ЛК, СЗ
		1.12	Создание поисковых систем Yahoo, Lycos, Altavista, Excite, AskJeeves, Inktomi, Yandex.Ru, Bing.	ЛК, СЗ
		1.13	Создание Mail.ru.	ЛК, СЗ
		1.14	Разработке поисковой системы BackRub – Google.	ЛК, СЗ
		1.15	AdWords – как система для размещения рекламных объявлений.	ЛК, СЗ
		1.16	Google сервис -AdSense.	ЛК, СЗ
		1.17	Современное состояние поисковых систем.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Поисковая система как медиа-портал. Реклама на главной странице и в тематических разделах.	2.1	Понятие и сущность медийной кампании.	ЛК, СЗ
		2.2	Реклама на главной странице – как инструмент для решения премиальных имиджевых задач.	ЛК, СЗ
		2.3	Задачи баннера на главной странице медиапортала: максимальный охват аудитории интернета; информирование пользователей о новом товаре или услуге; напоминание пользователям о бренде, товаре или услуги период снижения спроса.	ЛК, СЗ
		2.4	Ключевые преимущества размещения на главной странице медиапортала: максимальный охват с любым бюджетом, прозрачность размещения и умные стратегии показов, гибкий геотаргетинг.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Контекстная реклама. Основные характеристики контекстной рекламы.	3.1	Современное состояние рынка контекстной рекламы.	ЛК, СЗ
		3.2	Развитие мобильного контекста.	ЛК, СЗ
		3.3	Новые типы и форматы рекламы.	ЛК, СЗ
		3.4	Совместное использование контекстной рекламы и SEO.	ЛК, СЗ
		3.5	Поведенческие факторы влияния контекста на SEO.	ЛК, СЗ
		3.6	Структура контекстного рекламного объявления: заголовок, текст, ссылка на целевую страницу, дополнительные элементы.	ЛК, СЗ
		3.7	Поисковая контекстная реклама.	ЛК, СЗ
		3.8	Поисковая контекстная реклама в результатах поиска в крупнейших поисковых системах.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
		3.9	Поисковая контекстная реклама по сайту (вертикальный поиск).	ЛК, СЗ
		3.10	Сегментация и персонализация контекстной рекламы.	ЛК, СЗ
		3.11	Тематическая контекстная реклама.	ЛК, СЗ
		3.12	Методы привлечения внимания пользователей к контекстной рекламе.	ЛК, СЗ
		3.13	Технологии контекстной рекламы.	ЛК, СЗ
		3.14	Контекстный таргетинг.	ЛК, СЗ
		3.15	Поведенческие технологии.	ЛК, СЗ
		3.16	Ремаркетинг.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Партнерская сеть контекстной системы. Формат контекстных объявлений.	4.1	Партнерская сеть контекстной системы.	ЛК, СЗ
		4.2	Условиям участия интернет-ресурсов в Партнерской рекламной системе.	ЛК, СЗ
		4.3	Партнерские сети сайтов.	ЛК, СЗ
		4.4	Рекламная сеть Яндекса.	ЛК, СЗ
		4.5	Система Google Display Network (Контекстно-медийная сеть, КМС).	ЛК, СЗ
		4.6	Блок специального размещения контекстной рекламы в поиске Яндекса.	ЛК, СЗ
		4.7	Блок гарантированных показов.	ЛК, СЗ
		4.8	Блок динамических показов.	ЛК, СЗ
		4.9	Формат контекстных объявлений на сайтах, входящих в Контекстно-медийную сеть Google.	ЛК, СЗ
		4.10	Контекстные объявления на поиске Рамблера.	ЛК, СЗ
		4.11	Контекстные объявления на Поиск@mail.ru.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Принцип оплаты контекстной рекламы. Эффективность контекстной рекламы.	5.1	Модель оплаты CPC (Cost Per Click) в контекстной рекламе.	ЛК, СЗ
		5.2	Аукционное ценообразование.	ЛК, СЗ
		5.3	Аукцион VCG (Викри-Кларка-Гровса).	ЛК, СЗ
		5.4	Аукцион второй цены (GSP - Generalized second-price auction).	ЛК, СЗ
		5.5	Гибкость настроек рекламной кампании и возможности таргетингов.	ЛК, СЗ
		5.6	Контроль и анализ эффективности рекламных кампаний.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Поисковая оптимизация (search engine optimization, SEO).	6.1	SEO как инструмент маркетинга.	ЛК, СЗ
		6.2	SEO-специалист.	ЛК, СЗ
		6.3	SEO-сервисы.	ЛК, СЗ
		6.4	Появление и развитие поисковых систем.	ЛК, СЗ
		6.5	Технология PageRank.	ЛК, СЗ
		6.6	Международные и региональные рынки поисковой оптимизации и продвижения.	ЛК, СЗ
		6.7	Влияние позиция сайта в результатах поиска на привлечение целевых посетителей.	ЛК, СЗ
		6.8	Факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы.	ЛК, СЗ
		6.9	Конверсия сайта.	ЛК, СЗ
		6.10	Внешние и внутренние факторы.	ЛК, СЗ
		6.11	Внутренняя оптимизация системы сайта.	ЛК, СЗ
		6.12	Повышение качества сайта.	ЛК, СЗ
		6.13	Методы внутренней поисковой оптимизации.	ЛК, СЗ
		6.14	Исследование конкурентов.	ЛК, СЗ
		6.15	Внешние факторы.	ЛК, СЗ
		6.16	Статические внешние факторы	ЛК, СЗ
		6.17	Динамические внешние факторы.	ЛК, СЗ
		6.18	Методы внешней поисковой оптимизации.	ЛК, СЗ
		6.19	Покупка ссылок.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
		6.20	Гостевые посты.	ЛК, СЗ
		6.21	Публикация в СМИ.	ЛК, СЗ
		6.22	Социальные сети.	ЛК, СЗ
		6.23	Пресс-релизы.	ЛК, СЗ
		6.24	Крауд-маркетинг.	ЛК, СЗ
		6.25	Сателиты.	ЛК, СЗ
		6.26	«Черные» методы продвижения сайтов и санкции поисковых систем в отношении таких сайтов.	ЛК, СЗ
		6.27	Факторы понижающие рейтинг сайта.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете : практическое пособие : [16+] / П. Алашкин ; ред. П. Суворова. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 220 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=229721](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229721)

2. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей : практическое пособие : [16+] / О. И. Крохина, М. Н. Полосина, А. В.

Рубель [и др.] ; ред. Е. В. Селин, М. С. Ханина. – Москва : Инфра-Инженерия, 2012. – 216 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=144651](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=144651)

3. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев; ред. Л. Любавина. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 303 с.: ил. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615>

4. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; ред. Н. Нарциссова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 401 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818>

5. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=684274](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684274)

*Дополнительная литература:*

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=686507](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686507)

2. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=499687](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=499687)

3. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов : [16+] / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : ИнфраИнженерия, 2017. – 269 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=464474](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=464474)

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

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**



## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Бурдовская Елена

Юрьевна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Барабаш Виктор

Владимирович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

*Должность, БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*