



Программа курса «Программа повышения квалификации «SEO-специалист»»

Номер	Название темы	Количество часов	Описание темы
1	Что такое SEO продвижение? Принципы работы поисковых машин	8	Цели продвижения сайта; Целевая аудитория сайта; Методы и технологии продвижения сайтов; Инструменты интернет-маркетинга; Основные этапы продвижения сайта. Принципы работы поисковых машин; Индексация сайтов; Поиск и оценка релевантности документов; Поисковые алгоритмы Яндекса; Поисковые алгоритмы Google; Поведенческие факторы; Взаимодействие поисковых машин и сайтов — протокол HTTP; Статус и заголовки ответа сервера; Переадресация и ошибки сервера; Файл .htaccess; Лабораторная работа.
2	Внутренняя поисковая оптимизация сайта. Внешняя поисковая оптимизация сайта	8	Терминология SEO; Виды запросов пользователей; Прогнозирование количества запросов; Инструменты Google и Яндекс для составления семантического ядра сайта; Лабораторная работа: составление семантического ядра; Правила и особенности написания текстов под SEO; Баден-Баден — алгоритм определения переоптимизированных текстов; Правила написания продающих текстов, примеры создания продающих страниц; Оптимизация структуры сайта и разметка HTML-кода; Приземляющие (посадочные) страницы, юзабилити; Лабораторная работа. Принципы ссылочного ранжирования; Лабораторная работа; Безопасные способы наращивания ссылочной массы; Блоговое и статейное продвижение сайтов; Влияние социальных сетей на SEO; Фильтры Яндекса и Google; Как не попасть и как выйти из-под фильтра.
3	Инструменты для управления индексацией сайта. Способы мониторинга сайта. Эффективное управление сайтом. Обзор других способов продвижения сайтов	8	Управление индексацией сайта; Как ускорить появление страниц в индексе поисковых машин; Файл robots.txt; Карта сайта XML Sitemap; Лабораторная работа; Инструменты для Web-мастеров — диагностика сайта; Яндекс Web-мастер – настройка и контроль параметров индексации; Google Центр веб-мастеров – Google для веб-мастера; Дополнительные инструменты SEO-оптимизатора; Лабораторная работа. Способы мониторинга сайта; Параметры контроля: позиции на поисковых машинах, посещаемость сайта, параметры сессии, цели и конверсии; Назначение инструментов аналитики — Яндекс.Метрика, Google Analytics и другие; Настройка целей аналитики, методы повышения конверсии сайта; Примеры построения аналитических отчетов; Лабораторная работа.

			<p>Требования к «движку» сайта – с точки зрения SEO; Заголовки сервера – постановка задачи программисту для доработки программного кода CMS; Реакция CMS на несуществующие страницы – настройка страницы 404; Управление страницами – Sitemap генераторы. Контекстная реклама в поиске: Яндекс.Директ и Google AdWords; Маркетинг в социальных сетях: Vkontakte, Facebook, Twitter и другие; E-mail маркетинг; Контент-менеджмент и продающие тексты — обзор; Эффективность вложений в интернет-проекты, ROI веб-сайтов.</p>
4	Мастерская продающего текста	8	<p>Формулы продающих текстов (AIDA, PMPHS). Основные элементы продающего текста. Методики составления уникального торгового предложения(УТП). 6 «китов» УТП для продающего текста. Заголовки и подзаголовки Размещение текстов на сайте. Делаем сайт продающим. Продающие тексты для SEO-продвижения. Новости. Пишем новость, которая привлекает клиентов.</p>
5	Аналитика эффективности работы сайта. Анализ аудитории сайта	8	<p>Для чего нужна аналитика? Способы анализа работы сайта; Обзор популярных трекеров Google Analytics Яндекс.Метрика; Критерии эффективности работы сайта; Конверсия и показатели конверсии; Целевые страницы и связь с конверсией; Практическая работа: выбор целей сайта; Регистрация и установка Google Analytics; Создание аккаунта Google. Добавление сайта; Настройка аккаунта и сайта; Настройка целевых страниц; Управление пользователями; Регистрация и настройка Яндекс.Метрики; Создание аккаунта Яндекс.Метрики; Добавление сайта; Настройка аккаунта и сайта; Настройка целевых страниц; Управление пользователями; Установка кода отслеживания на сайт; Проверка статуса отслеживания; Практическая работа: установка кода отслеживания на сайт. Посетители, география, технические возможности; Отчеты по посетителям: оценка текущей аудитории сайта; Формирование произвольных отчетов; Формирование отчетов в различных видах; Демографическая и половозрастная структура аудитории; Когортный анализ; Практическая работа: формирование отчета по городам посетителей; Работа с расширенными сегментами; Формирование произвольных сегментов и фильтров; Мультиканальные последовательности; Модели атрибуции; Практическая работа: формирование сегмента по выбранным правилам.</p>
6	Анализ источников трафика. Анализ эффективности содержания сайта и достижения целей	8	<p>Анализ основных источников трафика; Анализ конверсии переходов; Анализ поисковых систем и ключевых слов; Анализ эффективности SEO-продвижения; Метки в URL; Почему следует использовать UTM-метки; Инструмент «Компоновщик URL»; Практическая работа: Создание меток для учета эффективности ссылок и рекламы. Анализ содержания сайтов; Выявление предпочтений пользователей; Интеграция с поисковыми системами; Цели и конверсия; Проверки правильности выбранных целей; Формирование целей по произвольным параметрам; Практическая работа: Использование и интеграция с поисковыми системами;</p>

			<p>Анализ ссылок и дизайна; Карты ссылок и карты кликов WebVisor; Практическая работа: Настройка Яндекс.Метрики на использование WebVisor.</p>
7	<p>Анализ эффективности продаж на сайте. Дополнительные возможности: отслеживание событий, фильтры. Расширенный Google Analytics</p>	8	<p>Переключение аккаунта на режим электронной коммерции; Способы учета транзакций на сайте; Код отслеживания транзакций; Способы встраивания кода отслеживания транзакций на сайт; Практическая работа: Встраивание кода отслеживания транзакций; Анализ транзакций на сайте; Методы оценки эффективности рекламы и переходов; ROI: Возврат инвестиций, методики оценки; Практическая работа: Оценка эффективности рекламной кампании. Назначение и использование фильтров; Фильтрация входящего трафика; Использование разных профилей для отслеживания с фильтрами; Практическая работа: Создание дополнительного профиля; Пользовательские фильтры; Отслеживание событий, назначение и использование; Код отслеживания событий; Интеграция событий с возможностями сайта; Практическая работа: Интеграция кода отслеживания событий. User-ID Импорт данных в Google Analytics; Регулярные выражения; Импорт данных по рекламным расходам (Анализ расходов); Группы контента; Ремаркетинг; Эксперименты; API Google Analytics; Бенчмаркинг; Enhanced E-commerce; Пользовательские параметры и переменные.</p>