ЦЕНТР ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
МГТУ им. Н.Э. Баумана

Москва, ул. 2-я Бауманская, д.5, стр.1
+7 (495) 182-83-85
do@bmstu.ru
do.bmstu.ru

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

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

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