

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
(повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут інноваційної та післядипломної освіти
(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра системного програмного забезпечення та технологій дистанційного
навчання
(повна назва кафедри)

Дипломна робота
спеціаліста

на тему: «Внедрение новой универсальной технологии SEO для популярных
CMS»

«Впровадження нової універсальної технології SEO для популярних CMS»
«The improvement of the new universal technology for popular SEO CMS»

Виконав: студент денної форми навчання
спеціальності 7.05010201 «Комп'ютерні системи та мережі»
Ступаєнко Віталій Сергійович

Керівник:

канд. фіз.-мат наук., доцент, Альошин О.М.

Рецензент:

канд. фіз.-мат.н., доцент, НДІ Фізики Гоцульський В.Я.

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ 11 від 31 05 / 2016 р.

Захищено на засіданні ЕК № 7

протокол № 16 від 10.06 2016 р.

Оцінка 90 13 185
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідуючий кафедри


(підпис)

Альошин О.М.

Голова ЕК


(підпис)

Тюрин О.В.

Одеса 2016

779354

Содержание

Вступление.....	3
ГЛАВА 1. Современное состояние проблемы.....	5
ГЛАВА 2. Методы и алгоритмы моделирования.....	15
ГЛАВА 3. Результаты	32
ВЫВОДЫ	40
ЛИТЕРАТУРА	41

Введение

Если в недавнем прошлом интернет использовался преимущественно для поиска информации, то сегодня ситуация сильно изменилась. Постоянное увеличение числа интернет - пользователей, новые технологии (коммуникация с целевой аудиторией с помощью сайта, системы оплаты через интернет, возможность заказа on-line и т.д.) и многие другие факторы превратили интернет и в мощнейший маркетинговый инструмент и в место для продаж одновременно.

SEO (Search Engine Optimization) - это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобраннным запросам. Например, бум интернет - магазинов определенно свидетельствует о том, что умело используемые интернет - технологии приносят стабильную прибыль владельцам сайтов. Интернет-продвижение может быть эффективно для всех направлений компаний, сайтовф, потенциальная аудитория которых ищет подобные товары или услуги в интернете. Согласно статистике, численность интернет - пользователей растет с каждым годом. сегодня уже более трети украинцев пользуются интернетом. Причем именно эта аудитория очень привлекательна для бизнеса, т.к. она обладает высокой платежеспособностью.

Не для кого не секрет что CMS подбираются по различным критериям. Мне кажется, что все-таки можно выработать некую общую, универсальную технологию продвижения, подходящую любому ресурсу и CMS. Набор специальных команд, приемов и процессов, которые будут одинаково работать как на, скажем, он-лайн магазине кроссовок так и на игровом сайте, или блоге . В ходе дипломной работы я определил круг действий, которые работают и помогают ресурсам развиваться не зависимо от «движка»(CMS), типа и тематики.

Лучшие места в поисковых системах можно сравнить с престижными районами города. Обычно первое впечатление о компании клиент получает еще до посещения организации, узнав, где она располагается. Чем престижнее район, тем большее доверие питает клиент, а соответственно, больше шанс, что он выберет именно Вас. Работает стереотип: если фирма расположена в самом центре города, то эта фирма процветает. Аналогично этот стереотип работает и при SEO продвижении. Сайты, находящиеся в ТОПе – это, как правило, наиболее уважаемые сайты.

Во-вторых, хорошее месторасположение привлекает гораздо большее число посетителей. На сайты, расположенные на первых десяти позициях (ТОП-10, т.е. первая страница выдачи), обратят внимание более 95-ти процентов пользователей. Если же поисковая система выдает сайт фирмы на четвертой странице и дальше, то менее чем у 2-ух процентов пользователей хватит терпения пролистать до этой страницы. Это относится к различным интернет ресурсам, Будь то форум, или интернет магазин, запрашивать могут либо информацию, либо услугу, товары или много чего другого.

Поисковую SEO-оптимизацию условно можно разделить на три части:

Первая часть заключается в работе внутри сайта. В нее входят исправление возможных ошибок, добавление и изменение контента, HTML-кода страниц сайта, перелинковка и так далее. Так называемая внутренняя оптимизация. Насколько действенным будет первый шаг, зависит только от Ваших усилий и знаний в этой области. Нужно так же учесть, что алгоритмы поисковиков немного различаются и поэтому оптимизация под Google должна чуть-чуть отличаться от оптимизации под Яндекс.

Вторая часть SEO-оптимизации – это раскрутка сайта самостоятельно. На этом шаге необходимо вывести ресурс на первые позиции с помощью групп мероприятий, выполняющихся вне сайта (на других сайтах, в каталогах статей, форумах, закладках и прочих площадках), задача которых нарастить необходимую ссылочную массу и продвинуть сайт по целевым запросам, а так же увеличить его авторитетность. Это называется продвижением сайта или внешней оптимизацией.

Третья часть заключается в поддержании достигнутых позиций и улучшении полученных результатов. Наблюдение за своими результатами и показателями конкурентов, изменение ключевых слов, текстов для ссылок, содержания сайта, корректировка площадок – все это обязательно нужно иметь в виду, чтобы сохранить занятые позиции.

ВЫВОДЫ

В своей дипломной работе я разработал определённый набор команд, которые собрал в технологию для оптимизации SEO. Эта технология позволяет улучшить показатели сайта (на наглядном примере), вне зависимости от тематики. В ходе дипломной работы были разобраны так же и ошибки, которые допускают на первичных и вторичных этапах оптимизации.

На некоторых ресурсах способы оптимизации будут действовать лучше (например ресурс по продаже вещей), а на каком-то хуже (например блог кулинарии), но я считаю, что в будущем можно разработать абсолютно универсальную систему продвижения в поисковых системах. Так же, в дипломной работе указал основные понятия и ошибки, которые нужно избегать для удачной SEO оптимизации. Я рассказал что такое копирайтинг, почему он так важен для поисковой оптимизации. Порядок заполнения сайта был детально разобран во второй графе. Добавлена информация про системы управления веб-ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

- И.Б. Севостьянов -Поисковая оптимизация.2010. 3-е издание, 2010 г. 290 с.,
- Х. С. Салех, А. Н. Шукайри- Повышение конверсии веб-сайта, 2008 г. 344 с.
- К.П Буэно -«Mature optimization»(Перевод на рус.), 2009г. 410 с.
- А. В. Белоусов – Способы Оптимизации контекстной рекламы.2- том, 120 с.
- М. Фаулер - Рефакторинг. Улучшение существующего кода, 2010 г. 240 с.
- Б.М. МакКоннелл, Д. Р. Хуба Эпидемия Контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере. 2009 г. 309 с.
- С.Г., Царик, Д.А. Гурьев -Поисковое продвижение шаг за шагом, 2006 г. 235 с.
- В.Н. Агафонов, -Логическое программирование.издание-1, 2008 г. 46 с.
- А. Д. Яковлев - Раскрутка и продвижение сайтов. Основы, секреты, трюки. 2010г. 31с.
- А.П. Загуменов - Как раскрутить и разрекламировать Web-сайт в сети Интернет, 2003г. 80 с.
- Н.С. Мациевский, Е.В. Степанищев, Г .И. Кондратенко -Реактивные web-сайты 2006 г. 134 с.
- С.А.Свиний - 101 способов раскрутить свой сайт. Пятое издание, 2014 г. 267с.
- Интернет-маркетинг, Н. О. Андросов, И. В. Ворошилова, В.А. Долгов. С.П. Замацкая.И.Б. Манн,Е. Г., 3- издание,2011 г.. 159 с.
- И. Ашманов. А. Иванов -Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах, 2008 г. 54с.
- Р.Н. Овчинников, Рыжиков С.В., С.В. Сухов – Все об интернет маркетинге, 2013 г. 247 с.

