

Курс «Продвижение сайтов». Уровень расширенный

График обучения

Индивидуально — 18 занятий, 2 раза по 2 часа в неделю. Общая продолжительность обучения 72 часа (36 часов в учебном классе и 36 часов самостоятельно)

В группе — 18 занятий, 2 раза по 2 часа в неделю по расписанию группы. Уточняйте у менеджеров.

Уровень подготовки аудитории

Курс предназначен для начинающих.

Индивидуально или в группе?

	Индивидуально	В группе
Количество занятий	18 занятий по 2 часа	18 занятий по 2 часа
Сертификат об окончании	да	да
Пошаговый план развития 6 мес	да	нет
Поддержка тренера после окончания	3 мес	нет
Перенос 4 занятий	да	нет
Учебное пособие по курсу	2 шт	2 шт
Гарантия результата	да	да
Возможность оплаты по частям	да	да
Участие в вебинарах бесплатно	да	да
Возможность трудоустройства	да	да
Стоимость обучения	54 250 рублей	40 750 рублей

Стоимость обучения

Индивидуально очно или дистанционно - 54 250 рублей.

В группе очно или дистанционно в формате вебинара — 40 750 рублей.

Содержание курса «Продвижение сайтов». Уровень расширенный

Название и содержание	Часы
<p>1. Введение в SEO. Анализ и настройка сайта с помощью Яндекс.Вебмастер Принцип размещения сайтов в интернет. Доменное имя и его влияние на позиции сайта. Понятие хостинга. Понятие конверсии. Факторы, формирующие доверие пользователя к сайту. УТП и его формирование. Обзор инструмента Яндекс.Вебмастер - сайт глазами поисковой системы Яндекс. Добавление сайта в Яндекс.Вебмастер. Основные показатели сайта. Количество проиндексированных страниц и ошибок на сайте. Управление индексацией. Установка региона продвижения сайта. Привязка организации к сайту в Яндекс. Настройка файла robots.txt. Работа с файлами на ФТП.</p>	-2 ч

<p>2. Аналитика посещаемости сайта с помощью Яндекс.Метрики Зачем бизнесу Метрика. Как работает Метрика. Установка кода счётчика на сайт. Обзор инструмента веб-аналитики Яндекс.Метрика. Отчёты: посещаемость, источники, посетители, содержание, технологии, мониторинг, вебвизор, конверсии. Изучение функциональных параметров. Показатели лояльности клиентов. Источники посетителей. Установка конверсионных целей: посещение страницы, цели состоящие из нескольких шагов</p>	-2 ч
<p>3. Устройство и принцип работы поисковых систем. Факторы ранжирования поисковых систем Понятие поисковой системы. Принципы работы поисковых систем, которые нужно учитывать при продвижении сайта. Виды поисковых роботов. Порядок индексации сайтов. Порядок поисковой выдачи. Апдейт выдачи поисковой системы. Принципы алгоритмов выдачи поисковой системы Яндекс и Google. Апдейт алгоритмов ранжирования поисковой системы Яндекс – логика изменения и тенденции развития. Факторы ранжирования. Перечень внутренних факторов ранжирования и их ценность в продвижении сайта. Внешний фактор ранжирования. Поведенческий фактор ранжирования. Влияние поведенческого фактора на ранжирование. Основные методы улучшения поведенческих факторов.</p>	-2 ч
<p>4. Подбор ключевых слов и создание семантического ядра Обзор сервиса Yandex Wordstat. Выбор ключевых слов для продвижения сайта. Частотность запросов. Типы запросов по конверсии. Создание семантического ядра вручную. Обзор программы KeyCollector для автоматизации рутинных задач при составлении семантического ядра. Создание семантического ядра с помощью KeyCollector. Анализ конкуренции по запросам. Геозависимость запросов. Распределение семантического ядра. Анализ сайтов конкурентов. Расчет сложности продвижения сайта. Расчет бюджета на продвижение сайта. Мониторинг позиций сайта с помощью Allpositions</p>	-2 ч
<p>5. Основы языка HTML, необходимые для продвижения сайта Понятие и логика HTML. Основные теги страницы. Создание веб-страницы. Тэг заголовка и требования к нему. Создание файла в формате .html. Создание текстовых ссылок. Атрибуты текстовых ссылок. Создание заголовков. Управление изображениями веб-страницы. Виды и типы ссылок. Создание текстовых ссылок. Атрибуты текстовых ссылок. Создание заголовков. Управление изображениями веб-страницы. Теги логического и визуального форматирования текста. Микроразметка: что такое, функции, словарь и синтаксис. Веб-цвета и веб-шрифты.</p>	-2 ч
<p>6. Создание привлекательного текста. Основы копирайтинга Особенности восприятия текста, размещенного в Интернет. Заголовки, которые привлекают внимание. Продающий успешный текст. Тексты на главной странице. Правильное оформление текстов. Составление технического задания копирайтера. Заказ текста на бирже текста Advego.</p> <p>ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ СРЕЗ ЗНАНИЙ</p>	-2 ч
<p>7. Контентная оптимизация и оптимизация HTML-кода сайта Оптимизация тэгов сайта. Заголовок страницы Title и правила его написания. Заголовки текста h1-h6 и их роль при оптимизации и продвижении. Уникальность и объем текста. Контентная оптимизация текстов на страницах сайта. Расчёт плотности ключевых слов. Требования к оптимизации с учетом последнего изменения алгоритма поисковой системы Яндекс. Внутреннее ссылочное ранжирование и правила внутренней перелинковки страниц сайта. Screaming Frog SEO Spider Tool – получение информации о техническом состоянии страниц сайта</p>	-2 ч

<p>8. Технология продвижения сайта арендными ссылками Принцип работы ссылок. Создание анкор-листа. Особенности работы с биржей ссылок. Создание площадки, создание анкор-листа, поиск площадок для размещения арендных контекстных ссылок. Поиск площадок с помощью релевантного подбора. Массовая проверка площадок на SEO-показатели с помощью плагина Вебмастер.SAPE. Анализ ценовой политики сайтов. Обычные и контекстные ссылки – плюсы и минусы. Проверка индексации ссылок. Сроки индексации для ссылок разного уровня вложенности.</p>	-2 ч
<p>9. Технология продвижения сайта вечными ссылками Преимущества вечных ссылок перед арендными. Основные отличия вечных от арендных ссылок. Обзор биржи GogetLinks. Регистрация и создание проекта. Создание анкор-листа. Подбор площадок для размещения вечных ссылок. Нюансы, которые необходимо учесть при покупке.</p>	-2ч
<p>10. Технология продвижения сайта статьями Преимущества продвижения статьями перед ссылками. Обзор биржи статей Miralinks. Формула вложения средств в разные площадки. Требования к написанию статей. Требования к площадкам для размещения статей. Размещение статей с различными способами оплаты. Основные способы обмана оптимизаторов при размещении статей. Проверка индексации статей. Критерии индексации ссылок. Ручной и автоматический режим размещения статей.</p>	-2 ч.
<p>11. Приобретение естественного ссылочного профиля Преимущества продвижения естественными ссылками. Сложность продвижения естественными ссылками. Поиск площадок для размещения естественных ссылок. Справочники, доски и каталоги — логика поиска. Логика и алгоритм регистрации в справочниках, досках и каталогах. Другие варианты естественных ссылок и их получение. Определение стратегии выбора получения в зависимости от задач.</p>	-2 ч
<p>12. Обзор контекстной рекламы Яндекс.Директ и создание объявления Отличие контекстной рекламы от поискового продвижения — логика оплаты и сроки запуска: плюсы и минусы. Создание и обзор рекламного кабинета Яндекс.Директ. Создание и настройка кампании, расчёт бюджета. Составление объявления — создание первого и второго заголовка с использованием шаблонов и без, создание текста объявления, создание быстрых ссылок и уточнений, настройка отображаемых урлов.</p> <p>ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ СРЕЗ ЗНАНИЙ</p>	-2 ч
<p>13. Тонкая настройка кампании Яндекс.Директ и стратегии показа Показатели качества аккаунта и объявлений — на что они влияют и как их улучшить. CTR объявления. Разбор существующих стратегий показа объявлений и выбор лучшей в зависимости от задачи. Показ объявлений в конкурентной среде с экономией бюджета. Модерация объявлений. Принцип «одно слово-одно объявление». UTM-метки. Использование .xls для ускорения работы с большим количеством объявлений.</p>	-2 ч
<p>14. РСЯ Яндекса и настройка объявлений Отличие РСЯ от показа на поиске Яндекс.Директ. В каких случаях РСЯ подходит больше, а в каких дополняет. Настройка РСЯ-кампании. Подбор большого количества целевых ключевых слов. Настройка объявления, изображения и видео. Ретаргетинг в РСЯ по посещению сайта — настройка и принцип работы.</p>	-2 ч



15. Продвижение в Вконтакте Принципы Вконтакте и Вконтакте для бизнеса. Создание, настройка и оформление группы. Таргетированная реклама для привлечения пользователей в группу или на внешний сайт. Создание кампаний. Как пройти модерацию. Настройка ценообразования. Медиапланирование публикаций Вконтакте.	-2 ч
16. Продвижение в Фейсбуке Принципы Фейсбук и Фейсбук для бизнеса. Создание, настройка и оформление группы или страницы. Таргетированная реклама для привлечения пользователей в группу или на внешний сайт. Создание кампаний. Как пройти модерацию. Настройка ценообразования. Медиапланирование публикаций Фейсбук.	-2 ч
17. Продвижение в Инстаграм Принципы Инстаграм и как может использовать Инстаграм бизнес. Создание, настройка и оформление аккаунта. Подключение рекламы. Виды рекламы в Инстаграм. Создание рекламных кампаний. Настройка ценообразования — за клик, просмотр или вовлеченность. Медиапланирование публикаций Инстаграм.	-2 ч
18. Оценка знаний. Выработка плана персонального развития Заполнение опросника. Интервью. Анализ достигнутых результатов и корректировка цели. Выработка плана персонального развития на 6 месяцев. Обратная связь тренера. Вручение сертификата.	-2 ч
ФИНАЛЬНЫЙ СРЕЗ ЗНАНИЙ	