

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „ИНФОРМАТИКА“
КАТЕДРА „ИНФОРМАТИКА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ОПТИМИЗАЦИЯ ЗА ТЪРСЕЩИ МАШИНИ”;

ЗА СПЕЦ: „Мобилни и уеб технологии“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Снежана Сълова)
2.
(гл. ас. д-р Латинка Годоранова)
3.
(ас. Михаил Радев)

Ръководител катедра:
„Информатика“ (проф. д-р Владимир Сълов)

I. АНОТАЦИЯ

За всеки притежател на уеб сайт е важно сайтът му да бъде на челни позиции в списъка с резултати на търсещите машини. Подобряването на видимостта на един уеб сайт не е еднократно действие, а е дълготраен процес, който изисква приложение на множество техники и постоянно проучване на пазара, потребителите, както и начините, по които се търси информация.

Дисциплината “Оптимизация за търсеци машини” има за цел да предостави знания и умения на студентите за процеса и начините за осъществяване на оптимизация на уеб сайтове за търсещите машини. След изучаването ѝ студентите ще са запознати с основните мета тагове, необходими за оптимизация, с начините за стандартизирането на кода на HTML документите и с основните техники използващи се за оптимизирането на уеб сайтовете за търсещите машини.

В резултат на обучението по дисциплината се формират умения за оценка и подбор на най-подходящите за даден уеб сайт техники за оптимизация, както и умения за работа с основните софтуерни средства, използващи се за оптимизация и анализ на уеб сайтове.

Дисциплината развива способности за анализиране, непрекъсната оценка и усъвършенстване на прилаганите техники за популяризиране на уеб сайтове чрез оптимизация за търсещите машини.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Въведение в оптимизацията за търсеци машини (Search Engine Optimization, SEO)		4		2
1.1.	Същност на популяризирането на уеб сайт чрез SEO	1		-
1.2.	Търсеци машини, начини на работа и използване	1		2
1.3.	Начини за осъществяване на SEO оптимизация	2		-
Тема 2. Основни изисквания при проектиране и разработване на програмен код на уеб сайт		6		6
2.1.	Основни HTML елементи и основи на SEO	2		2
2.2.	Валидация на страниците според стандарта W3C	2		2
2.3.	Избор на ключови думи и фрази. Основни мета тагове	2		2
Тема 3. Подобряване структурата и навигацията на уеб сайта		4		4
3.1.	Подобряване структурата на сайта и URL адресите	2		2
3.2.	Подобряване на навигацията и изграждане на качествени връзки (линк билдинг)	2		2
Тема 4. Оптимизация на съдържанието на уеб сайта		8		8
4.1.	Създаване на качествено съдържание	2		2
4.2.	Създаване на добри хипервръзки и текстове за тях	2		2
4.3.	Оптимизация на изображенията	2		2
4.4.	Коректно използване на заглавни тагове	2		2
Тема 5. Софтуерни инструменти за SEO оптимизация		8		10

5.1.	Използване на софтуерните средства на Google за SEO оптимизация	4		6
5.2.	Работа с други софтуерни средства за SEO оптимизация	2		2
5.3.	Софтуерни средства за измерване на резултатите от оптимизацията	2		2
Общо:		30		30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Задание – анализ на уеб сайт	1	20
1.2.	Курсов проект	1	30
Общо за семестриален контрол:		2	50
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	40
Общо за сесиен контрол:		1	40
Общо за всички форми на контрол:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Киберман, Т. На първо място в Google 2017, Изд. “Франчайзинг БГ”, 2016.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Александров, А. SEO нова ера в маркетинга // Икономика, 2016.
2. Киберман, Т. На първо място в Google, Изд. “Франчайзинг БГ”, 2013.
3. Ahlou, F., Asif, S., Fettman, E. Google Analytics Breakthrough: From Zero to Business Impact, John Wiley & Sons, 2016.
4. Andy Williams, A. SEO 2017 & Beyond: A Complete SEO Strategy - Dominate the Search Engines!, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.
5. Enge, E. and Stephan Spencer, S. The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization, O'Reilly Media, 2015.
6. Geddes, B., Advanced Google AdWords, Sybex; 3rd Revised edition edition, 2014.
7. Jason McDonald, J. SEO Fitness Workbook: 2018 Edition: The Seven Steps to Search Engine Optimization Success on Google, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.