



Կայքերի առաջխաղացում դասընթացի
Հարցաշար (առկա, մագիստրատուրա 2-րդ կուրս)

Թեմա 1 Ներածություն

- 1.1 Ի՞նչ է որոնման համակարգը և ինչ դեր ունի ինտերնետում:
Որոնման համակարգերի հիմնական տեսակներն ու առանձնահատկությունները:
- 1.2 Ի՞նչ է SEM-ը և ինչ կապ ունի SEO-ի հետ:
Որոնման համակարգերում գովազդի տեսակները:
SEM-ի առավելությունները և թերությունները:
- 1.3 Ինչպե՞ս է իրականացվում գովազդը որոնման համակարգերում:
Որոնման գովազդի տեսակները (PPC, CPC, CPM): Ինչպե՞ս են
ձևավորվում գովազդի արժեքը և դասակարգման կարգը:

Թեմա 2 Դասակարգում (Ranking, վարկանիշավորում)

- 2.1 Որոնման համակարգերը ինչպե՞ս են դասակարգում կայքերը:
Տեխնիկական,
բովանդակային և հեղինակության գործոնները դասակարգման մեջ:
Ինչպե՞ս են ազդում բանալի բառերը որոնման արդյունքների վրա:
- 2.2 Ինչպե՞ս է ձևավորվում հարցման հիման վրա կայքի դասակարգումը:
- 2.3 Դասակարգում ըստ աշխարհագրական դիրքի
Ի՞նչ է տեղային SEO-ն և ինչ կարևորություն ունի բիզնեսների համար:
Ինչպե՞ս է Google-ը որոշում օգտագործողի աշխարհագրական դիրքը:
- 2.4 Ինչպե՞ս են որոնման համակարգերը անհատականացնում
արդյունքները:
- 2.5 Դասակարգում ըստ առևտրային հարցման
- Ինչո՞վ են տարբերվում առևտրային և ինֆորմացիոն հարցումները:
Ինչպե՞ս օպտիմալացնել կայքը առևտրային հարցումների համար:
Օգտատիրոջ վարքագծի ազդեցությունը որոնման արդյունքների վրա:
- 2.6 Պարամետրերի փոխանցումը սցենարներին:

Թեմա 3 Առաջխաղացման սահմանափակումները

- 3.1 Яндекс որոնման համակարգի ֆիլտրերը
Որո՞նք են Яндекс-ի հիմնական ֆիլտրերը և ինչպե՞ս են ազդում SEO-ի
վրա:

- 3.2 Google որոնման համակարգի ֆիլտրերը
- Panda, Penguin և
այլ ֆիլտրերի ազդեցությունը կայքի առաջխաղացման վրա:
- 3.3 Ինդեքսավորման արգելում (ban on indexing)
- Ինչո՞ւ Լորոշ կայքեր չեն ինդեքսավորվում որոնման համակարգերում:
Ինչպե՞ս սխալ սահմանափակումներ ինդեքսավորման արգելքից:
- 3.4 Հոստինգի ազդեցությունը կայքի առաջխաղացման վրա
- Ինչպե՞ս սղնտրել ճիշտ հոստինգ SEO-ի համար:
- 3.5 Դոմեյն անունի ազդեցությունը կայքի առաջխաղացման վրա
-
Ինչպե՞ս սելեկցիա անել դոմեյն անունի ճիշտ որոնման համակարգերի դասակարգման վրա:
- 3.6 Բովանդակության կառավարման համակարգ
- Ի՞նչ դեր ունի CMS-ը (Content Management System) կայքի SEO-ի համար:
- 3.7 Կայքի տարիքը- Ինչպե՞ս է
որոնման համակարգը գնահատում կայքի տարիքը:

Թեմա 4 Կայքի օպտիմալացում

- 4.1 Օպտիմալացման փուլերը
- Ինչպե՞ս ճիշտ կազմակերպել կայքի օպտիմալացման գործընթացը:
- 4.2 Օպտիմալացման լրացուցիչ փուլերը
- Ինչպիսի՞ լրացուցիչ քայլեր են անհրաժեշտ օպտիմալացման համար:
- 4.3 Օպտիմալացման խնդիրներն առաջխաղացման գործընթաց
- Հղումների կառավարում, հղումային զանգվածի ձևավորում, Google-ի և Яandex-ի առաջարկությունների կիրառություն:
- 4.4 Տողերի ֆորմատավորում, համեմատում, որոնում և փոխարինում:

Թեմա 5 Վեբ վերլուծություն

- 5.1 Գովազդային արշավի գրավչության վերլուծություն
Ինչպե՞ս ճիշտ վերլուծել գովազդային արշավի արդյունավետությունը:
- Ինչպե՞ս ճիշտ օգտագործել Google Analytics-ը և Yandex.Metrica-ն:
- 5.2 Օրգանական տրաֆիկի մաքսիմալացում
- Ինչպե՞ս մեծացնել օրգանական (անվճար) տրաֆիկը:
- 5.3 Վիճակագրական գործիքի պարամետրերի ճշգրտության գնահատում
- 5.4 Տրաֆիկի վերլուծություն
Ինչպե՞ս գնահատել կայքի այցելությունների որակը և աղբյուրները:

Թեմա 6 Կայքի աուդիտ:

- 6.1 Օգտագործելիության (Usability) վերլուծություն

- Ինչո՞ւ է կարևոր կայքի usability-ն և ինչպե՞ս այն գնահատել:

6.2 Մրցունակ վերլուծություն և առաջարկություններ
Ինչպե՞ս վերլուծել մրցակիցների կայքերը և կազմել ռազմավարություն:

6.3 SEO նորությունները ընթացիկ տարում
- Որո՞նք են SEO-ի վերջին թարմացումները և թրեյդերը:

Գրականություն

1. Google Search Central. SEO Starter Guide
2. Moz. The Beginner's Guide to SEO
3. Neil Patel. SEO: Unlocking the Power of Search Engines
4. Yoast SEO. SEO for WordPress and Beyond
5. SEMrush. SEO Toolkit and Ranking Strategies
6. Ahrefs. SEO Optimization and Competitive Analysis
7. Google Analytics Help Center
8. Yandex Webmaster Documentation