



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу**

Златова Ірина Олександрівна

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
з дисципліни
«Пошукова оптимізація»**

Одеса - 2025

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Одеська політехніка»
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до практичних занять
з дисципліни
«Пошукова оптимізація»
для здобувачів спеціальності D 5 - Маркетинг
першого (бакалаврського) рівня освіти
всіх форм навчання
IV курсу VII семестру

Затверджено на засіданні
кафедри маркетингу
Протокол № 1 від 01.09.2025 р.

Одеса – 2025

Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Пошукова оптимізація» для здобувачів спеціальності D5 – Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання, IV курсу VII семестру, освітньої програми «Маркетинг – 2025». Одеса, 2024. 11 с.

Укладач: Златова І.О., канд. екон. наук, доц.

ЗМІСТ

	стор
ВСТУП	3
Семестровий модуль 1. Основи внутрішньої оптимізації сайту для пошукових мереж	4
Змістовий модуль 1. Сутність пошуку	4
Практичне заняття 1. Логіка пошуку	4
Практичне заняття 2. Види пошукових запитів	5
Практичне заняття 3. SEO-вимоги до сайтів	6
Змістовий модуль 2. Технічна оптимізація сайту	7
Практичне заняття 4. Meta теги та атрибути	7
Змістовий модуль 3. Мікророзмітка	8
Практичне заняття 5. Структуровані дані	8
Семестровий модуль 2. Структура сайту і дизайн	8
Змістовий модуль 4. Важливі елементи сайту	8
Практичне заняття 6. Дизайн та SEO	8
Змістовий модуль 6. Зовнішнє SEO	9
Практичне заняття 7. Складові зовнішньої оптимізації	9
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	10

ВСТУП

Пошукова оптимізація є основною складовою цифрового маркетингу для сучасних підприємств, незалежно від того чи вони працюють у сфері E-commerce чи в офлайн.

Предметом дисципліни «Пошукова оптимізація» є положення, що викладені в документації пошукових систем в публічному доступі, а також результати успішних впроваджень в світовій практиці SEO.

Мета навчальної дисципліни «Пошукова оптимізація» – формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок щодо вивчення принципів, завдань та функцій пошукової оптимізації, формування у майбутніх фахівців фундаментальних знань будови сайту, структури сайту і його просування в пошукових мережах.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Пошукова оптимізація» є розкриття поняття, цілей та основних завдань щодо сутності пошукової оптимізації, формування та засвоєння навичок вирішення проблем в галузі сприйняття сайту пошуковою системою Google.

Семестровий модуль 1. Основи внутрішньої оптимізації сайту для пошукових мереж

Змістовий модуль 1. Сутність пошуку

Практичне заняття 1. Логіка пошуку

1.1 Принципи роботи пошуку Гугл

1.2 Види пошукових ботів

Мета вивчення теми: Ознайомитись з принципами роботи пошукових ботів та алгоритмів Google.

План проведення заняття:

Самостійна робота. Введення в логіку поведінки клієнта під час пошуку, перевірка знань за попередній семестр з курсу Цифровий маркетинг. Усне опитування за матеріалами лекції.

Питання до обговорення

1. Опишіть еволюцію пошукових алгоритмів.
2. Визначте поняття краулінговий бюджет?
3. Надайте визначення та приклади мапи сайту.

Практичні завдання:

Завдання 1. Уявіть, що ви звичайний клієнт, який приїхав на відпочинок в незнайоме для себе місто Одеса і шукає, де замовити суши. Зайдіть в таблицю (таблицю прикріплено до завдання в Google Classroom), додайте своє прізвище і вкажіть якими методами будете шукати суши в Одесі.

Завдання 2. Встановіть програмне забезпечення Netpeak Spider та проаналізуйте сайт vitol.com.ua. Завантажте та прокоментуйте важливі висновки з отриманого звіту.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Поясніть, що таке Search Console.
2. Визначте, за що відповідає файл robots.txt.
3. Оцініть, від чого залежить доступність сайту для користувачів і пошукових ботів.
4. Опишіть, як відбувається перевірка сайту в пошукових системах.
5. Назвіть різновиди пошукових алгоритмів і ботів Google.
6. Перерахуйте фактори, які впливають на пошук у Google.
7. Визначте, чи належить вік домену до факторів ранжирування.
8. Поясніть, що таке Гугл Пісочниця.
9. Охарактеризуйте, що таке Mobile First.
10. Розкажіть, що таке Гугл Пінгвін.
11. Опишіть, що таке Гугл Панда.

Практичне заняття 2. Види пошукових запитів

2.1. Види пошукових запитів за частотністю

2.2. Види пошукових запитів за конкурентністю

Мета вивчення теми: Навчитись кластеризувати пошукові запити та розбивати їх за частотністю з метою подальшого використання в різних блоках на сайті.

План проведення заняття:

Індивідуальне завдання з пошуку ключових слів та визначення попиту на

ринку за ключовими словами, презентація результатів.

Питання до обговорення

1. Наведіть визначення семантичного ядра сайту.
2. Назвіть види пошукових фраз.

Практичні завдання:

Завдання 1. Визначити ТОП 20 категорій дитячих іграшок за кількістю пошукових запитів. Створити таблицю, де буде вказано 20 категорій та кількість запитів для найчастотнішої пошукової фрази за тематикою. Для виконання завдання необхідно створити акаунт в Google Ads або SERPSTAT.

Завдання 2. Обрати категорію з попереднього завдання і створити якомога більше підкатегорій на основі специфічних уточнюючих ключових запитів, навести їх частотність та зібрати близько 5-10 ключових фраз для кожної.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Визначте, де використовуються високочастотні пошукові запити.
2. Поясніть, навіщо використовувати низькочастотні ключові запити.
3. Обґрунтуйте, для чого слід використовувати інформаційні ключові запити.
4. Перерахуйте основні інструменти для збору ключових слів.
5. Охарактеризуйте, які методи збору ключових слів, окрім стандартних, можна застосовувати.
6. Поясніть, що таке семантичне ядро сайту.
7. Визначте, коли потрібно починати роботу над збором семантичного ядра сайту.
8. Опишіть, що таке кластеризація ключових слів.
9. Визначте, які ключові слова слід видалити із семантичного ядра.
10. Вкажіть, використання яких ключових слів є обов'язковим для інтернет-магазину.

Практичне заняття 3. SEO-вимоги до сайтів

3.1 Файли Sitemap

3.2 Рекомендації Гугл щодо структури URL

Мета вивчення теми: Ознайомитись з вимогами Google до структури сайту.

План проведення заняття:

Робота в малих групах. Аналіз текстової версії сайту, пошук сторінок, які необхідно закрити від індексації.

Питання до обговорення

1. Опишіть, як надати Sitemap до Google.
2. Визначте, де знайти правильну структуру файлу Sitemap.
3. Поясніть, коли потрібен Sitemap.
4. Розкажіть, як створити Sitemap.
5. Перерахуйте існуючі формати Sitemap.

Практичні завдання:

Завдання 1. Обрати будь-який сайт Інтернет-магазину, перевірити текстову версію сторінки, яку в останнє сканував бот Google через WEB CACHE. Зробити висновки про те, чи закриті від індексу непотрібні для індексації сторінки: профіль клієнта, пошук, кошик та інші.

Завдання 2. Прописати Технічне завдання для програміста на закриття від індексації обраної сторінки сайту через файл robots.txt.

Завдання 3. Оберіть будь-який інтернет-магазин та напишіть технічне завдання для програміста зі створення карти сайту. Розпишіть, що будете робити з нею після того, як карта сайту буде створена.

Завдання 4. Знайдіть помилки в структурі URL-адреси <https://vitof.com.ua/index.php?section=80&lang=uk> та запропонуйте виправлення.

Завдання 5. Знайдіть Sitemap на сайті <https://www.ctrs.com.ua/>.

Завдання 6. Створіть URL-адресу для категорії «Скребки для склокерамічних плит».

Завдання 7. Знайдіть помилки у URL <https://cersanit.in.ua/ukr/s/plitka/priznachennya-kuhnya/?sort=priceup&prop%5B%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%5D%5B%D0%B2%D1%83%D0%BB%D0%B8%D1%86%D1%8F%5D=on&prop%5B%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%5D%5B%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%8F%5D=on&prop%5B%D0%9D%D0%B0%D0%B9%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%5D%5B%D0%9F%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%B0%5D=on>.

Завдання 8. Створіть простий приклад мапи сайту в форматі .txt, що складається з 3-5 URL-адрес, додайте необхідні теги, що вказані в документації Гугл.

Завдання 9. Перевірте чи закриті від індексації фільтри сайту https://f.ua/ua/shop/holodilniki/?filter=25_0&brands=holmer;lg;vivax;vox-electronics

Контрольні запитання за темою роботи

1. Поясніть, що таке карта сайту і чому її необхідно створювати в межах SEO-оптимізації.
2. Визначте, як боротися з повними дублікатами сторінок у SEO.
3. Перелічіть правила створення URL згідно з документацією Google.
4. Опишіть, що таке редирект.
5. Назвіть види редиректів і поясніть, для чого вони застосовуються.
6. Вкажіть типові помилки формування URL.
7. Охарактеризуйте логіку формування URL.

Змістовий модуль 2. Технічна оптимізація сайту

Практичне заняття 4. Meta теги та атрибути

- 4.1. Теги meta, які розпізнаються роботами Google
- 4.2. Атрибути HTML-тегів

Мета вивчення теми: Вивчити найважливіші теги та правила їх впровадження на сайт.

Щоб пошукові системи могли сканувати, індексувати та пропонувати користувачам певний контент, у цього контенту має бути унікальний URL. Різний контент (наприклад, той, що належить до різних товарів у магазині) і матеріали, представлені в декількох варіантах (наприклад, регіональні версії або переклади іншими мовами), слід розміщувати на окремих URL, щоб у результатах пошуку не виникало плутанини.

План проведення заняття:

Самостійна робота. Прописати мета тайтл та мета дескрипшн з тегами та їх наповненням для 10 категорій на вибір.

Питання до обговорення

1. Опишіть, як впливають теги та атрибути на SERP.
2. Поясніть, що таке якір в URL-адресі.
3. Перерахуйте відомі вам мета теги.

4. Визначте, що таке index, follow та noindex, nofollow.
5. Назвіть вимоги до довжини тайтл та дескрипшн.

Практичні завдання:

Завдання 1. Прописати мета тайтл та мета дескрипшн з тегами та їх наповненням для 10 категорій на вибір (категорії, які ви обрали в завданні з групування ключових слів) згідно вимогам до мета тайтлів та дескрипшинів.

Завдання 2. Знайдіть помилку в мета тегах сторінки <https://ukrzoloto.ua/uk/catalog/serezhky/>

Завдання 3. Напишіть оптимальний тайтл та дескрипшн для сторінки автокрісел, використовуючи правильні теги.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Що таке title з точки зору SEO?
2. Які вимоги висуваються до мета-тегів description та <title>?
3. Що таке canonical і як правильно його застосовувати?
4. Для чого використовується Alternate Hreflang?

Змістовий модуль 3. Мікророзмітка

Практичне заняття 5. Структуровані дані

- 1.1 Сутність структурованих даних
- 1.2 Schema.org

Мета вивчення теми: Зрозуміти сутність мікророзмітки.

Структуровані дані - це код, який допомагає пошуковим системам інтерпретувати контент веб-сторінок. Завдяки йому опис вашого контенту в результатах пошуку буде більш цікавим і корисним для користувачів. Так ви залучите на сайт не просто відвідувачів, а потенційних клієнтів вашої компанії.

План проведення заняття:

Робота в малих групах. Створення типових типів мікророзмітки для сторінки товару. Перевірка на валідаторі.

Питання до обговорення

1. Надайте визначення поняття мікророзмітка.
2. Перелічіть переваги мікророзмітки.
3. Назвіть популярні види мікророзмітки.
4. Охарактеризуйте сервіс, який регламентує правила мікророзмітки.

Практичні завдання:

Завдання 1. Пропишіть технічне завдання для програміста з реалізації Мікророзмітки хлібних крихт на прикладі сторінки товару сайту budusushi.ua. Перевірте правильність коду свого ТЗ через валідатор на сайті schema.org.

Завдання 2. Створіть мікророзмітку типу @Product для сайту <https://frankof.com.ua/cat-mebli-horeca/palladium-set/> та перевірте свій код на Валідаторі.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Поясніть, що таке мікророзмітка і як її створити.
2. Визначте, для чого потрібна мікророзмітка.
3. Перерахуйте, для яких пошукових систем підходить мікророзмітка schema.org.
4. Опишіть, як перевірити правильність мікророзмітки.
5. Вкажіть, де знайти правильний приклад оформлення мікророзмітки.

6. Назвіть аналоги сайту schema.org.
7. Перерахуйте переваги мікророзмітки.

Семестровий модуль 2. Структура сайту і дизайн

Змістовий модуль 4. Важливі елементи сайту

Практичне заняття 6. Дизайн та SEO

- 6.1 Навігація по сайту
- 6.2 Дизайн та SEO
- 6.3 Пагінація

Мета вивчення теми: Ознайомитись з принципами дизайну з точки зору пошукової оптимізації.

Навігація на сайті важлива, оскільки вона дає змогу користувачам швидко знайти те, що їм потрібно. Також структура навігації допомагає пошуковим системам зрозуміти, який контент, за задумом власника сайту, найбільш важливий. У результатах пошуку Google зазвичай представлені описи сторінок, однак пошуковій системі також важливо знати, яке місце займає сторінка в загальній структурі сайту.

План проведення заняття:

Самостійна робота. Студентам пропонується намалювати мокап сторінки сайту з урахуванням блоків, необхідних для пошукової оптимізації.

Питання до обговорення

1. Поясніть, як впливає на SEO час завантаження сайту.
2. Визначте, яке значення для SEO має адаптація сайту під мобільні пристрої.
3. Опишіть, що таке юзабіліті сайту.
4. Роз'ясніть, що таке пагінація.

■ Перерахуйте відомі вам види оформлення пагінації.

Практичні завдання:

Завдання 1. Для обраної категорії на сайті пропишіть якомога більше блоків перелінковки за тематикою.

Завдання 2. Зробіть мокап сторінки з перелінковкою (схематично розмістіть перелінковку на сторінці за допомогою графічних редакторів).

Завдання 3. Проаналізуйте пагінацію на сайті магазину Цитрус.

Завдання 4. Знайдіть помилки в пагінації для категорії <https://www.ctr.com.ua/televizory/>.

Завдання 5. Знайдіть кейси, приклади вдалої роботи соціальних мереж на рейтинг сайту.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Опишіть, що таке футер сайту.
2. Перерахуйте елементи, які є обов'язковими для футера сайту.
3. Назвіть види пагінації, які знаходяться у списку рекомендованих у документації Google.
4. Визначте, як позначити для Google сторінки пагінації.
5. Поясніть, що таке Social Proof.
6. Визначте, чи є прямі докази ефективності соціальних сигналів з точки зору SEO.
7. Опишіть, як саме поширення, вподобання, голоси та ретвіти сприймаються пошуковими системами.

8. Роз'ясніть, що таке соціальні сигнали в SEO.
9. Назвіть соціальні мережі, які впливають на SEO.

Змістовий модуль 6. Зовнішнє SEO

Практичне заняття 7. Складові зовнішньої оптимізації

- 7.1 Поняття зовнішньої оптимізації
- 7.2 Зовнішня посилальна маса
- 7.3 Управління репутацією SERM

Мета вивчення теми: Вивчити основи зовнішньої оптимізації сайту.

План проведення заняття:

Самостійна робота. Створення технічного завдання для підрядника з копірайтингу.

Зовнішня оптимізація сайту — це комплекс усіх заходів, які проводяться за межами майданчика для поліпшення його репутації. Зокрема, це нарощування його зовнішньої посилальної маси, що означає збільшення кількості посилань, які ведуть на сайт, що просувається, з різних сторонніх ресурсів, іменованих сайтами-донорами. Залежно від того, наскільки ефективною буде проведена зовнішня пошукова оптимізація, настільки якісним буде сайт з точки зору пошукової системи. Для цього необхідно враховувати безліч факторів, кожен з яких є надзвичайно важливим і впливає на успішність проведення кампанії. З плином часу змінюються алгоритми пошукових систем, а разом із ними — і критерії, за якими визначається якісна й ефективна зовнішня розкрутка сайту. Окрім кількості зовнішніх посилань, до них належать такі важливі зовнішні фактори: гармонійний розподіл посилань між сторінками зовнішніх сайтів; дотримання органічного зростання посилальної маси — його занадто швидкий темп загрожує санкціями пошукових систем; якість ресурсу, на якому розміщується посилання на сайт, що просувається, та відсутність на ньому санкцій пошукових систем; якісний текст, що супроводжує посилання, який повністю відображає його зміст і відповідає тематиці ресурсу; сукупність поведінкових факторів, які визначають час перебування користувача на майданчику, а також відсоток відмови. Перед початком нарощування посилальної маси обов'язково потрібно враховувати всі ці зовнішні чинники оптимізації, щоб досягти гарних показників ранжування сайту.

План проведення заняття:

Самостійна робота. Створення технічного завдання для підрядника з копірайтингу.

Питання до обговорення

1. Перерахуйте методи зовнішньої оптимізації.
2. Поясніть, що таке крауд-маркетинг.
3. Назвіть сервіси, які існують для нарощування посилальної маси.
4. Визначте, що таке SERM.
5. Опишіть, як покращити відгуки.

Практичні завдання:

Завдання 1. Знайдіть інструменти для закупівлі зовнішніх посилань, вивчіть інтерфейс знайдених сервісів та вартість різноманітних методів лінкбїлдингу.

Контрольні запитання за темою роботи

1. Поясніть, що таке зовнішня оптимізація сайту.
2. Визначте, що таке зовнішня посилальна маса.

3. Опишіть, що заважає якісному розміщенню зовнішніх посилань.
4. Роз'ясніть, що таке SERM.
5. Перерахуйте вимоги до сайтів-донорів.
6. Визначте, що таке dofollow лінк.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Центр Google Пошуку <https://developers.google.com/search>
2. Schema.org

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

1. Як створити та відправити файл robots.txt URL : https://wphost.me/faq/robots-txt/#create_rules
2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового. К.: КМ-Букс. 2021. 208 с.
3. Блог Serpstat <https://serpstat.com/uk/blog/>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Бібліотеки України

1. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Національна парламентська бібліотека України URL : <http://www.nplu.kiev.ua/>
3. Одеська національна наукова бібліотека ім. М. Горького URL : <http://www.odnb.odessa.ua/>
4. Електронна бібліотека ДУ «Одеська політехніка» URL : <http://library.opu.ua>

Законодавство України

1. <http://www.rada.gov.ua/>
2. <http://www.liga.kiev.ua/>
1. Архів наукового журналу «Маркетинг і цифрові технології» URL : <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/issue/archive>
2. Державна служба статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Інтернет-портал для управлінців URL : <http://www.management.com.ua/>
4. Портал споживача URL : <http://www.consumerinfo.org.ua>
5. Українська асоціація маркетингу URL : <http://uam.in.ua/>
6. Офіційний сайт Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» URL: <https://ukrpatent.org/>