

Министерство образования Республики Беларусь

**Учреждение образования
«Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого»**

Институт повышения квалификации и переподготовки

Кафедра «Информатика»

В. Н. Леонова

ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

ПРАКТИКУМ

по одноименной дисциплине

**для слушателей специальности переподготовки
1-40 01 74 «Web-дизайн и компьютерная графика»
заочной формы обучения**

Гомель 2018

УДК 004.738.52(075.8)
ББК 32.972.53я73
Л47

*Рекомендовано кафедрой «Информатика»
ГГТУ им. П. О. Сухого
(протокол № 1 от 31.08.2017 г.)*

Рецензент: доц. каф. «Информационные технологии» ГГТУ им. П. О. Сухого
канд. техн. наук, доц. *В. В. Комраков*

Леонова, В. Н.
Л47

Основы продвижения сайтов : практикум по одной дисциплине для слушателей специальности переподготовки 1-40 01 74 «Web-дизайн и компьютерная графика» заоч. формы обучения / В. Н. Леонова. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2018. – 73 с. – Систем. требования: PC не ниже Intel Celeron 300 МГц ; 32 Mb RAM ; свободное место на HDD 16 Mb ; Windows 98 и выше ; Adobe Acrobat Reader. – Режим доступа: <https://elib.gstu.by>. – Загл. с титул. экрана.

Практикум содержит теоретические сведения и задания для практического освоения курса «Основы продвижения сайтов».

Задания включают в себя такие темы, как: поиск информации в интернет, внутренняя оптимизация сайта, регистрация сайта в поисковых системах, добавление на сайт инструментов аналитики, принцип регистрации в каталогах, оптимизация видео и групп в соцсетях, seo-анализ сайтов-конкурентов, оптимизационные работы по технической настройке сайтов.

УДК 004.738.52(075.8)
ББК 32.972.53я73

© Учреждение образования «Гомельский
государственный технический университет
имени П. О. Сухого», 2018

Оглавление

Лабораторная работа № 1	Поиск информации в Интернет
Лабораторная работа № 2	Создание и оптимизация сайта
Лабораторная работа № 3	Регистрация сайта в поисковых системах
Лабораторная работа № 4	Добавление в поисковые системы файла sitemap.xml
Лабораторная работа № 5	Добавление в поисковые системы файла robots.txt
Лабораторная работа № 6	Добавление на сайт инструментов аналитики
Лабораторная работа № 7	Регистрация сайта в каталогах
Лабораторная работа № 8	Анализ (seo-анализ) сайтов-конкурентов
Лабораторная работа № 9	Оптимизация групп в соцсетях
Лабораторная работа № 10	Файл htaccess
Список использованных источников	

Лабораторная № 1

Тема: Поиск информации в Интернет.

Цель работы: Ознакомиться с возможностями Интернет как глобального информационного хранилища и получить практические навыки работы с поисковыми системами.

Теоретические сведения

Доступным и удобным способом поиска информации в сети Интернет является использование поисковых систем. Наиболее известные из них, это: aport.ru, yahoo.com, rambler.ru, altavista.com, yandex.ru (Яндекс), google.com (Google).

В Рунете наиболее распространены поисковые системы Яндекс и Google. Методы поиска, которые они предлагают, это:

- с помощью прямого запроса;
- с помощью прямой вставки ссылки;
- с помощью специальных сервисов;
- с помощью персонального поиска;
- с помощью расширенного поиска;
- с помощью специальных операторов.

Метод **прямого запроса** – это когда пользователь набирает в строке поиска обычный запрос, например «Какой выбрать ноутбук»:

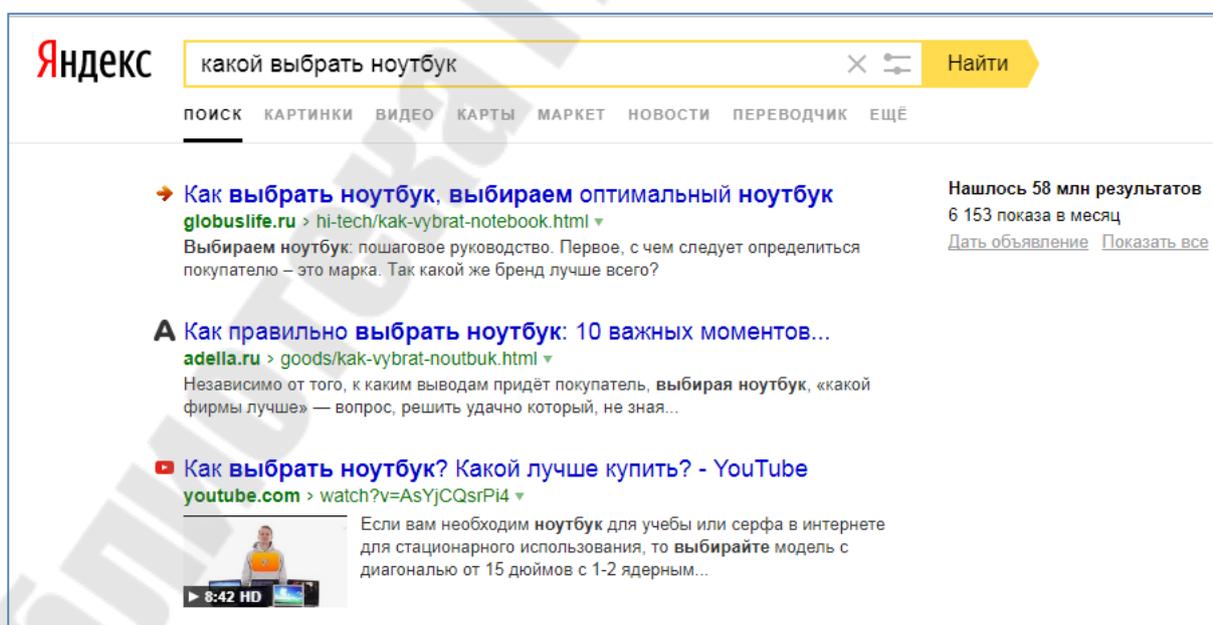


Рис. 1.1. Обычный поиск в Яндексе.

Метод прямой вставки ссылки:

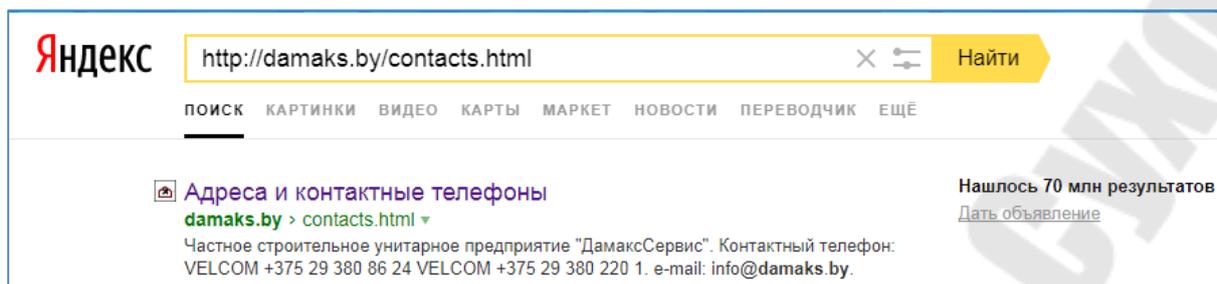


Рис. 1.2. Вставка в поисковую строку Яндекса ссылки.

У Яндекса и Google есть собственные **специальные сервисы**, со структурированной информацией. Попасты в эти сервисы можно с главных страниц поисковиков, либо по прямым запросам:

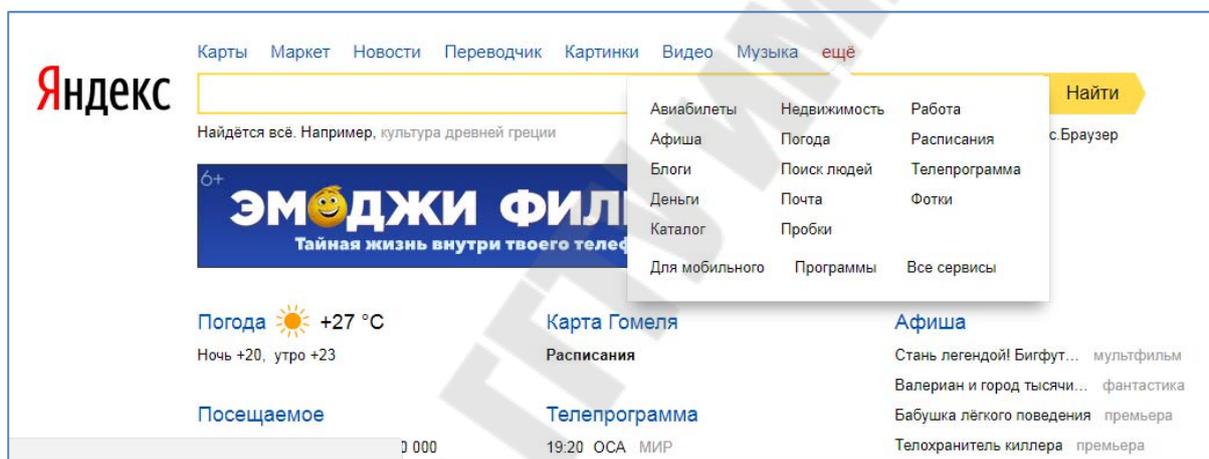


Рис. 1.3. Сервисы Яндекса.

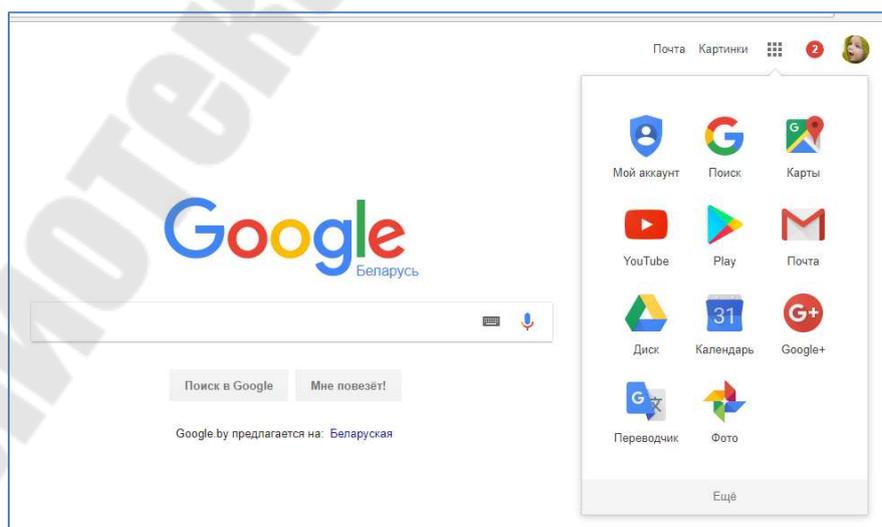


Рис. 1.4. Сервисы Google.

Персональные ответы появляются как в списке результатов поиска, так и в подсказках (рис.1.5.). Поисковые системы формирует их на основе анализа поискового поведения пользователя.

Если вы часто пользуетесь поиском, например Яндекса, то он начинает учитывать ваши интересы, предлагая ответы, которые подходят именно вам. Например, на запрос «Агата Кристи» для меломана, скорее всего, будет предложен официальный сайт музыкальной группы, а для любителя детективов — сайты про Эркюля Пуаро и Шерлока Холмса.

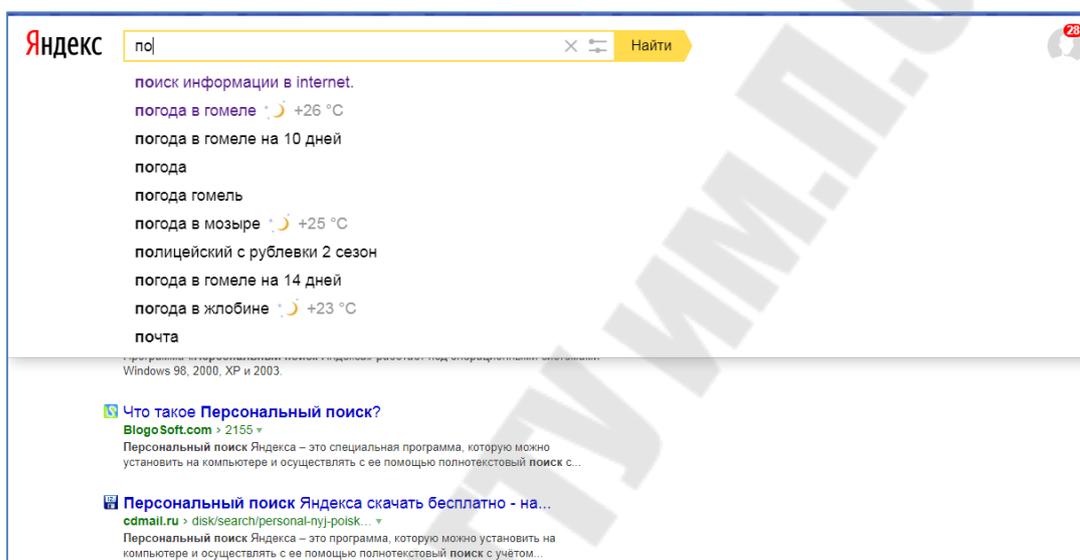


Рис. 1.5. Персональные запросы в поисковых подсказках.

Расширенный поиск Яндекса позволяет конкретизировать поиск информации, например, за определённый период, а также поиск документов на конкретном сайте. Чтобы воспользоваться расширенным поиском, необходимо на главной странице Яндекса в строке справа нажать на специальное меню.

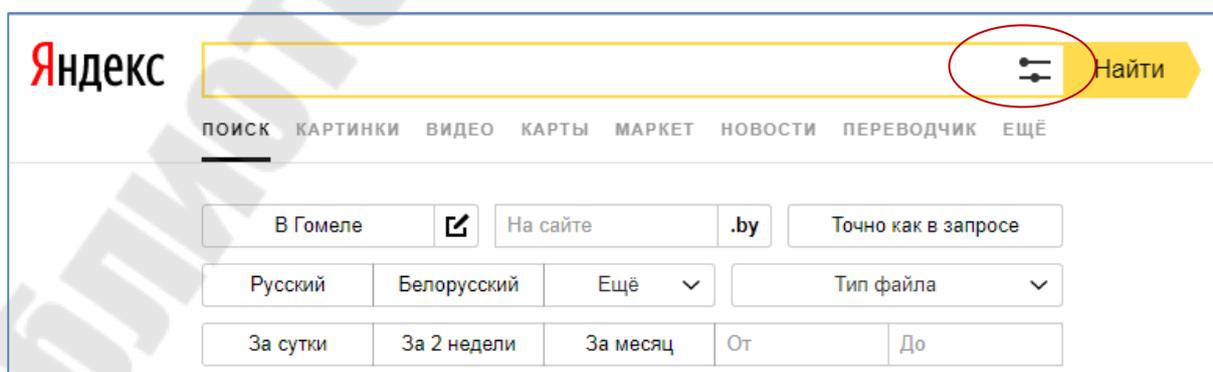


Рис. 1.6. Расширенный поиск Яндекса.

Аналогичные возможности предоставляет **расширенный поиск Google** (рис. 1.7).

Чтобы воспользоваться расширенным поиском, необходимо на главной странице Google в разделе «Настройки» выбрать «Расширенный поиск».

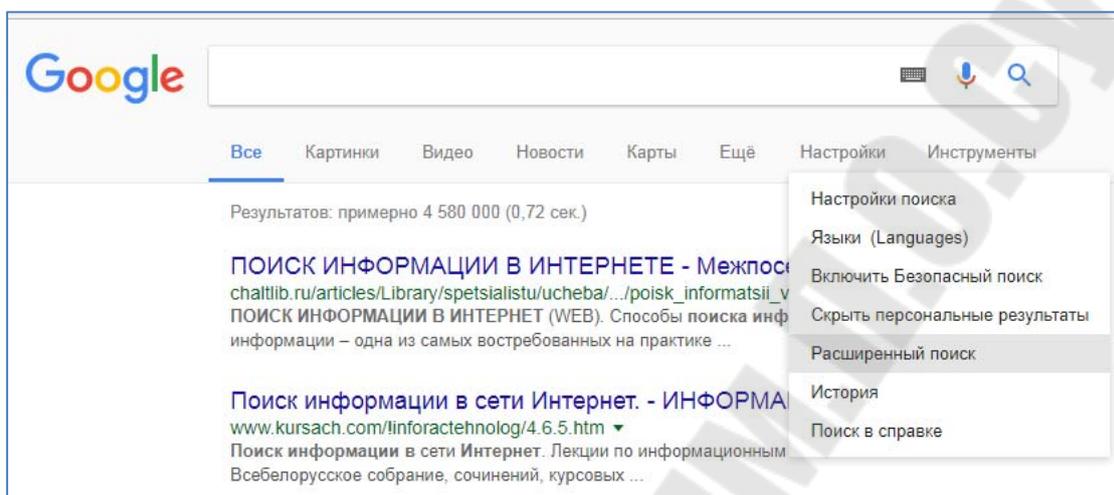


Рис. 1.7. Расширенный поиск Google.

При формировании запроса с помощью расширенного поиска формируется не только результат выдачи, но и результат набора специальных операторов для поиска.

Например, поиск в Google документов pdf со словами «списки» на домене gstu.by выводит такой результат:

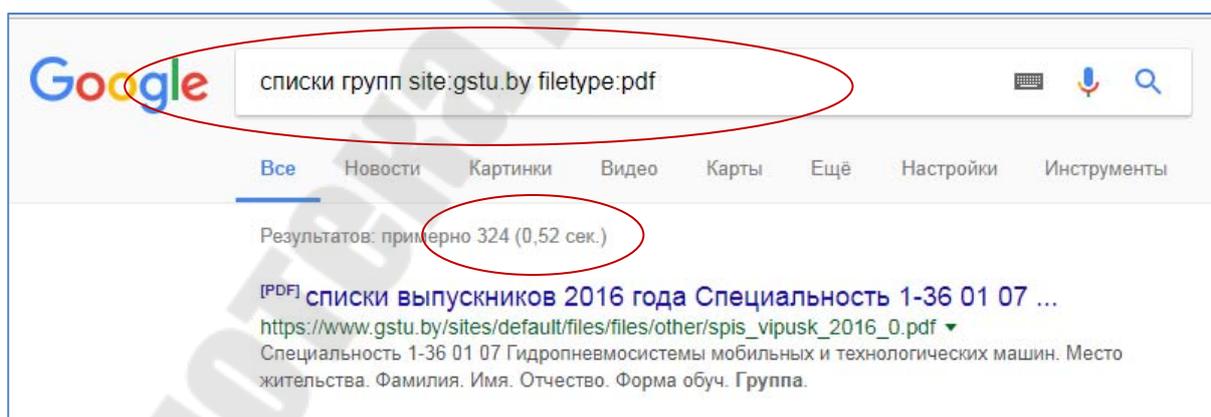


Рис. 1.8. Поиск с помощью операторов Google.

Аналогичные операторы действуют и в Яндексе. Если же скопировать данный запрос из Google «списки групп site:gstu.by filetype:pdf» и вставить в поиск Яндекса, то такой запрос сработает, но выдача в количестве

документов скорей всего будет другая, т.к. поисковые алгоритмы данных поисковых систем сильно отличаются:

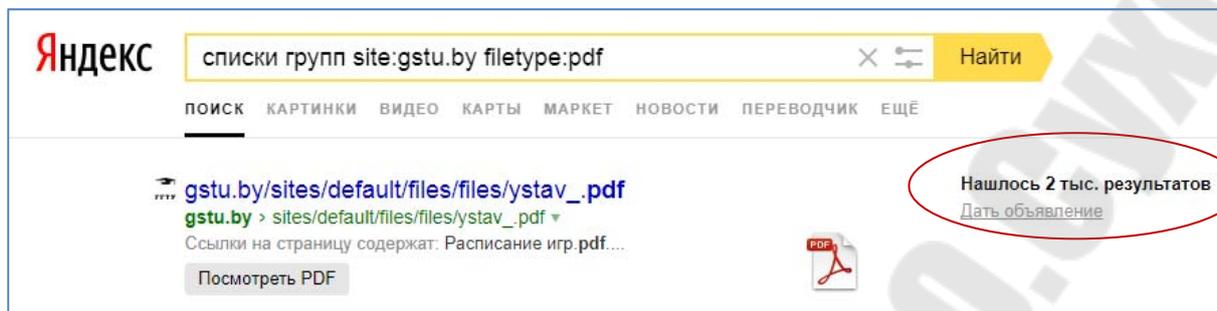


Рис. 1.9. Поиск с помощью операторов в Яндексе.

«Операторы поиска» - это специальные операторы поисковых систем, с помощью которых значительно можно упростить поиск и получить более точные результаты.

Операторы поиска Яндекса

Поисковый контент Яндекса

Таблица 1.1. Пример операторов поискового контента Яндекса.

Оператор	Пример запроса
+	[шолохов +бульвар +Москва] Будут найдены документы, в которых обязательно содержатся слова «бульвар» и «Москва» и может присутствовать слово «шолохов».
"	["В лесу родилась ёлочка"] Будут найдены документы, содержащие данную цитату.
*	["у лукоморья * * золотая"] Будут найдены документы, содержащие данную цитату, включая пропущенные слова.
	[яхта лодка корабль] Будут найдены документы, в которых присутствует хотя бы одно из слов запроса: «яхта», «лодка» или «корабль».
-	[зоопарк -московский] Будут найдены документы, в которых присутствует слово «зоопарк», но нет слова «московский».

Пример применения в seo оператора поискового контента.

Например, с помощью поиска по цитате можно проверить текст на уникальность:

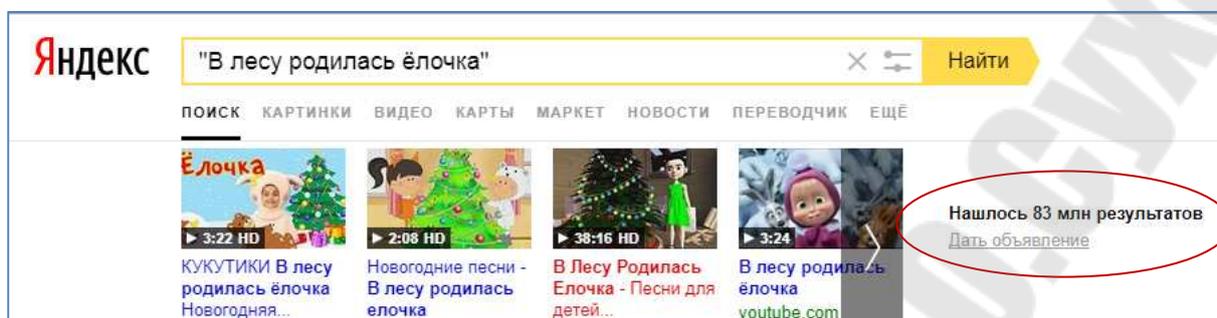


Рис. 1.10. Фраза «В лесу родилась ёлочка» не является уникальной.

Документные операторы Яндекса

Уточнить поисковый запрос можно с помощью данных, относящихся к служебной информации о страницах. Например, можно ограничить поиск по типу файла, хосту и т. д.

Таблица 1.2. Пример документных операторов Яндекса.

Оператор	Пример запроса
url:	<p>[поиск url:"ru.wikipedia.org/wiki/Ранжирование_(поисковые_системы)"]</p> <p>Будут найдены документы, содержащие слово «поиск» и размещенные по заданному адресу.</p> <p>[яндекс url:ru.wikipedia.org/wiki/*]</p> <p>Будут найдены документы, содержащие слово «яндекс» и адреса которых начинаются с ru.wikipedia.org/wiki.</p>
site:	<p>[яндекс site:narod.ru]</p> <p>Будут найдены документы, содержащие слово «яндекс» и размещенные на поддоменах и страницах сайта narod.ru.</p>
host:	<p>[поиск host:www.yandex.ru]</p> <p>Будут найдены документы, содержащие слово «поиск» и размещенные на хосте www.yandex.ru.</p>

Примеры применений в seo документных операторов.

Оператор `site` можно использовать для определения количества проиндексированных страниц сайта (`site:damask.by`):

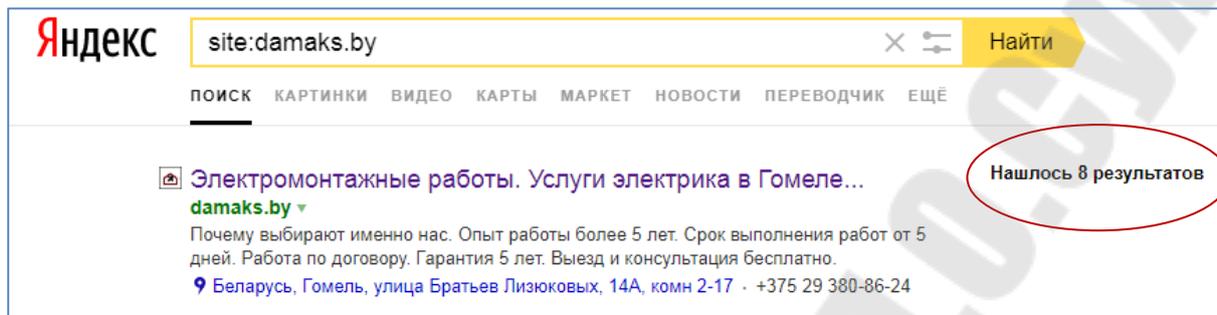


Рис. 1.11. Определение количества страниц сайта в Яндексе.

Тот же оператор действует и в Google:

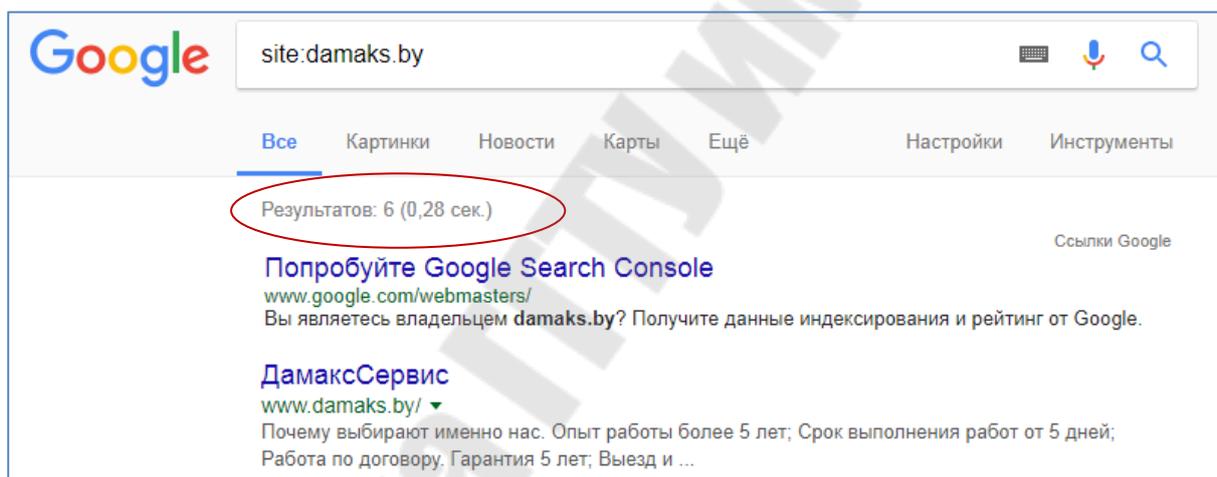


Рис. 1.12. Определение количества проиндексированных страниц сайта в Google.

Оператор `url` можно использовать для определения конкретной страницы сайта в поиске (`url:damask.by/services*`):

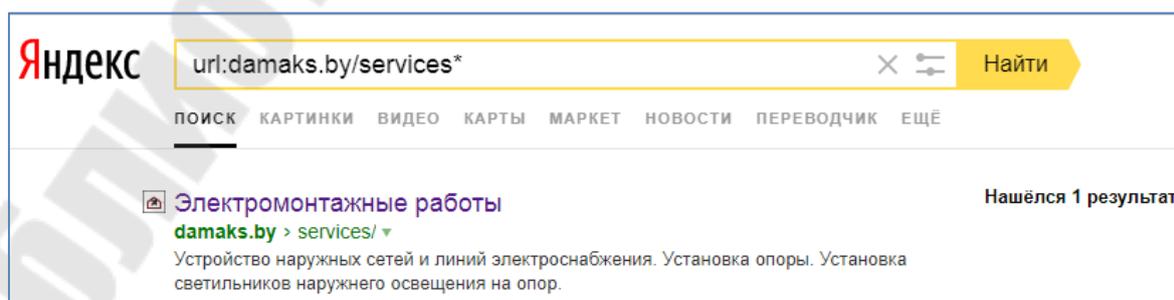


Рис. 1.13. Проверка страницы на индексацию в Яндексе.

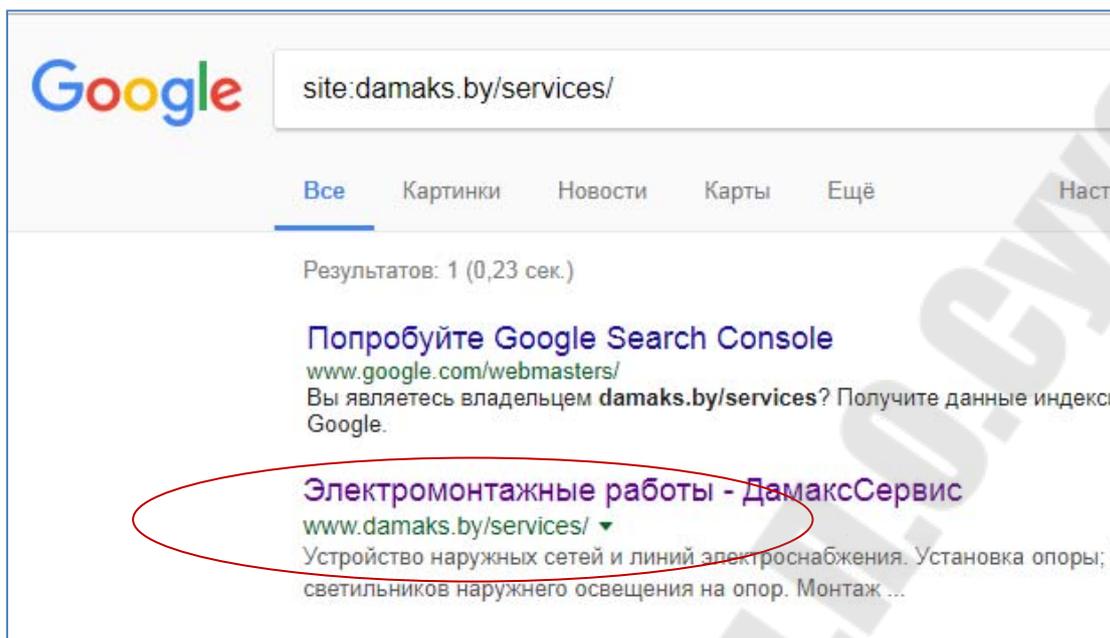


Рис. 1.14. Проверка страницы на индексацию в Google.

Операторы поиска Google

Поисковый контент Google

Таблица 1.3. Пример операторов поискового контента Google.

Популярные функции:	Пример запроса
Поиск цен	фотоаппарат \$400
Поиск по хештегам	#деньпобеды
Исключение результатов с определенными словами	ягуар скорость -автомобиль
Поиск точного слова или фразы	"самое высокое здание"
Поиск в рамках заданного числового диапазона	фотоаппарат 5000..9000 рублей
Объединение запросов	олимпиада OR олимпийские игры
Поиск определенного сайта	site:youtube.com или site:.gov
Поиск сайтов с похожим контентом	related:kommersant.ru
Поиск кешированной версии сайта	cache:www.gstu.by

Примеры применений операторов поискового контента Google.

Пример применения функции «поиск по хэштегам»:

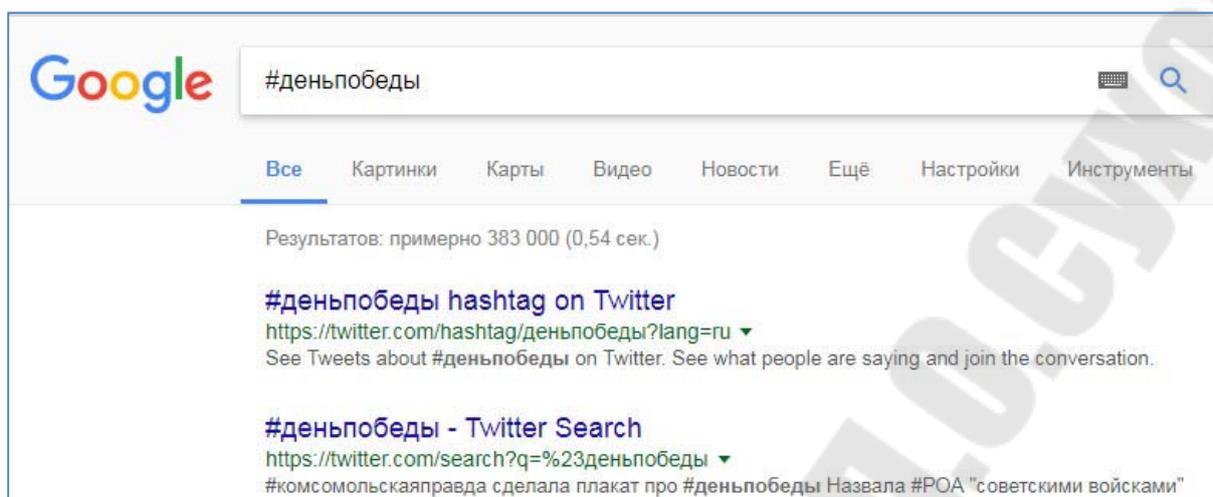


Рис. 1.15. Поиск по хэштегам в Google.

Пример поиска кэшированной версии сайта:

Вариант 1, путем вставки в строку поиска Google запроса `cache:www.gstu.by` с последующим переходом до результата.

Вариант 2 – переход по ярлычку к кэшированной версии сайта (рис. 1.16):

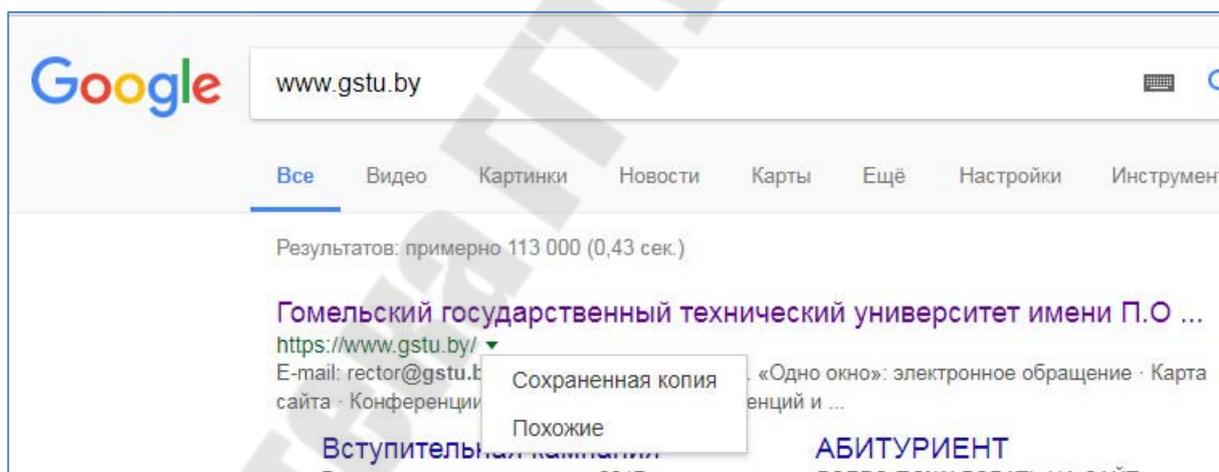


Рис. 1.16. Переход к кэшированной версии сайта в Google.

Задание:

Задание 1. С помощью расширенного поиска Яндекс и Google найдите на сайте `gstu.by` - документы формата pdf со словами «списки».

Задание 2. С помощью расширенного поиска проверьте сайт `gstu.by` (либо любой другой) на наличие страниц-дублей.

Задание 3. Поиск по цитате:

- проверьте текстовую информацию с сайта `gstu.by` на уникальность;
- проверьте, сколько раз в интернете упоминается домен `gstu.by`.

Задание 4. С помощью поисковых запросов проверьте, какое количество страниц сайта `gstu.by` проиндексировано поисковыми системами Яндекс и Google?

Задание 5. Определите количество тематических страниц «духовой шкафы» в поиске Яндекс и Google, участвующих в поиске по Гомельской области.

Задание 6. С помощью сервиса `wordstat.yandex.ru` проверьте спрос на духовые шкафы по Гомельской области.

Задание 7. В Яндексе найдите страницы в поиске «Александр Сергеевич» за исключением «Пушкин». Проверьте, работает ли данный запрос в Google.

Пояснения к выполнению работы:

Выполнение задания 1:

- перейдите в режим расширенного поиска Яндекс и Google;
- настройте информацию для поиска в соответствующих полях, нажмите «Поиск».

Выполнение задания 2:

Возьмите на сайте любую короткую фразу и с помощью расширенного поиска, укажите поиск по фразе на конкретном домене. Проверьте страницы в выдаче.

Если они имеют разные url-адреса, при одинаковой информации, значит это дубли. Если их нет, то сайт оптимизирован и настроен правильно.

Выполнение задания 3:

а) Возьмите на сайте `gstu.by` любую короткую фразу, заключите её в кавычки «"» и вставьте в поиск. Если фраза уникальна, то в выдаче будет страница `gstu.by` с которой было взято предложение. Либо она будет в выдаче не первой, если информация позаимствована.

б) Заключите домен в кавычки «"» и вставьте в поиск. Посмотрите результат выдачи.

Выполнение задания 4:

Для того чтобы проверить количество проиндексированных страниц всего сайта используйте оператор `site`.

Выполнение задания 5:

Введите в поиск фразу «духовые шкафы гомель» и посмотрите результат.

Выполнение задания 6:

Для того чтобы проверить спрос на «духовые шкафы», воспользуйтесь сервисом статистики `wordstat.yandex.ru`.

Предварительно настройте фильтр сервиса, установив для поиска регион Гомель и Гомельскую область.

Выполнение задания 7:

Введите в поиск фразу «Александр Сергеевич –Пушкин» и посмотрите результат.

Контрольные вопросы:

1. Какой командой в поиске можно проверить количество проиндексированных страниц сайта?
2. Как проверить, находится ли конкретная страница в индексе, т.е. проиндексирована ли она?
3. Одинаковы ли результаты индексации (поиска) в поисковых системах Яндекс и Google?

Лабораторная № 2

Тема: Создание и оптимизация сайта.

Цель работы: Приобрести навыки оптимизации сайта.

Теоретические сведения

Каждому сайту необходима оптимизация. Если этого не сделать, то, даже если поисковые роботы проиндексируют страницы неоптимизированного сайта, на него никто не придет.

При создании *рукописного* сайта, необходимо прописывать самостоятельно метатеги, теги, url и заполнять их.

При создании материалов на сайте cms, заголовки в браузере прописываются автоматически, разделы description остаются пустыми, а установки robots устанавливаются по умолчанию.

Например, на сайте cms заголовок для браузера главной страницы автоматически прописывается как «Главная». Но никто не наберет «Главная», чтобы попасть, например, на ваш сайт.

Поэтому, внутренняя оптимизация очень важна и должна выполняться на этапе заполнения сайта материалами. Только за счет грамотной внутренней оптимизации можно подняться максимально в выдаче.

При оптимизации сайта необходимо придерживаться следующих правил:

1. Заголовки для браузеров не должны совпадать. Придерживаться разумного описания в title, т.е. он не должен быть слишком длинным. Заголовок должен соответствовать материалу на странице.

2. Описания в description должны быть разными (тематическими) и обязательными.

3. В url должно входить ключевое слово, по которому продвигается страница. На сайтах cms необходимо включение ЧПУ (человекопонятный url – л.б. № 10 «Работа с файлом .htaccess»). На *рукописных* сайтах ЧПУ-url необходимо прописывать самостоятельно.

4. Использовать (по возможности) в контенте сайта такие теги как: h1-h6, strong, em; списки, подчеркивание ссылок и пр.

5. Текст должен быть уникальным.

6. У изображений должен быть «правильный» url (например, не 20188.jpg, а elektromontag.jpg), и только необходимый размер, максимально малый вес, обязательное заполнение тегов title и alt.

Задание: Создайте простую сайт-визитку, оптимизируйте её и перенесите в интернет.

Пояснения к выполнению работы:

На основе этой работы выполняются следующие лабораторные работы:

- регистрация в поисковых системах;
- добавление в поисковые системы файла sitemap;
- добавление в поисковые системы файла robots.txt;
- добавление счетчика;
- регистрация в каталогах;
- анализ сайтов-конкурентов;
- оптимизация групп в соцсетях;
- работа с файлом .htaccess.

При создании сайта-визитки можно расширять и изменять меню, добавлять свои элементы (слайдеры, навигационную цепочку, форму обратной связи и пр.).

Сайт-визитка является учебной моделью, но её необходимо выполнить максимально реалистично.

Темы сайта-визитки выдает преподаватель.

Пример оптимизации сайта-визитки

Оптимизация простого сайта-визитки на примере damaks.by (услуги электромонтажных работ).

Сравним имеющуюся оптимизацию и предложим более подходящую.



Рис.2.1. Сайт-визитка электрика damaks.by.



Рис.2.2. Схема сайта.

Анализ оптимизации damaks.by:

Таблица 2.1. Оптимизации url:

Название страницы (меню)	Url - сайта	Url – более подходящий
Главная	damaks.by	+
Электромонтажные работы	damaks.by/services	/elektromontazhnye-raboty.html
Партфолио	damaks.by/services/#	/services.html
Контакты	damaks.by/contacts.html	/contacts.html

Таблица 2.2. Оптимизация title (заголовок в браузере):

Название страницы (меню)	title - сайта	title – более подходящий
Главная	Электромонтажные работы. Услуги электрика в Гомеле и по Гомельской области	Электромонтажные работы в Гомеле - ЧУП ДамаксСервис
Электромонтажные работы	Электромонтажные работы	Услуги по электромонтажным работам
Партфолио	Электромонтажные работы	Партфолио по электромонтажным работам
Контакты	Адреса и контактные телефоны	Контакты ЧУП ДамаксСервис

Таблица 2.3. Оптимизация description (описание):

Название страницы (меню)	description - сайта	Description – более подходящий
Главная	отсутствует	Выполню профессионально, качественно и в срок, электромонтажные работы по Гомелю и Гомельской области. Бесплатная консультация и помощь в подборе материала. Возможно составление договора на услуги электрика.
Электромонтажные работы	отсутствует	Перечень электромонтажных работ: установка опор и светильников, электромонтаж, различные подключения и сбор электрических щитков.
Партфолио	отсутствует	Наши работы по электромонтажу, отзывы от клиентов.
Контакты	отсутствует	Контакты ЧУП ДамаксСервис: телефон, адрес

Информация на страницах.

Главная страница (рис. 2.1).

Плюс: информация на странице тематическая, приемлемая, более 1200 символов текста. Используется список, изображения имеют допустимый размер и описания около изображения.

Минус: на таких тематических фразах как «Электромонтажные работы», «Услуги электрика» - теги h1-h2 не применяются.

Уникальность текста 4%. Владелец сайта позиционирует свои услуги как электрик, а не фирма ЧУП «ДамаксСервис».

Страница «Электромонтажные работы» (рис. 2.3)

Плюс: информация на странице тематическая около 500 символов, используется список. Текст с *Главной* не повторяется.

Минус: каждая строка заключена в неактивную ссылку (неактивные ссылки надо убрать).

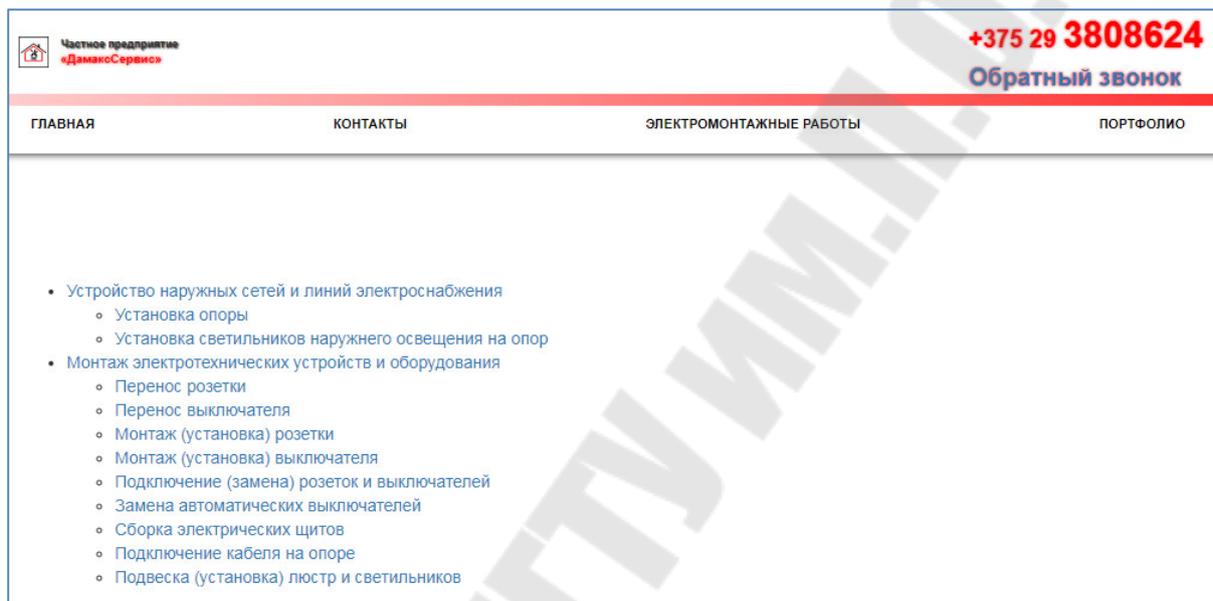


Рис.2.3. Контент страницы «Электромонтажные работы».

На странице «**Партфолио**» информация дублируется со страницы «Электромонтажные работы», что неприемлемо.

Наверняка у предприятия найдутся тематические фотографии, которые можно разместить в данном разделе.

Страница «**Контакты**» (рис. 2.4) заполнена по максимуму, но свидетельство является нечитаемым.

Предпочтительна оптимизация изображения в title (title для изображения) и alt как: «Свидетельство Гребенников Максим Васильевич - услуги по электромонтажным работам», а не имеющееся: «Свидетельство ИП».

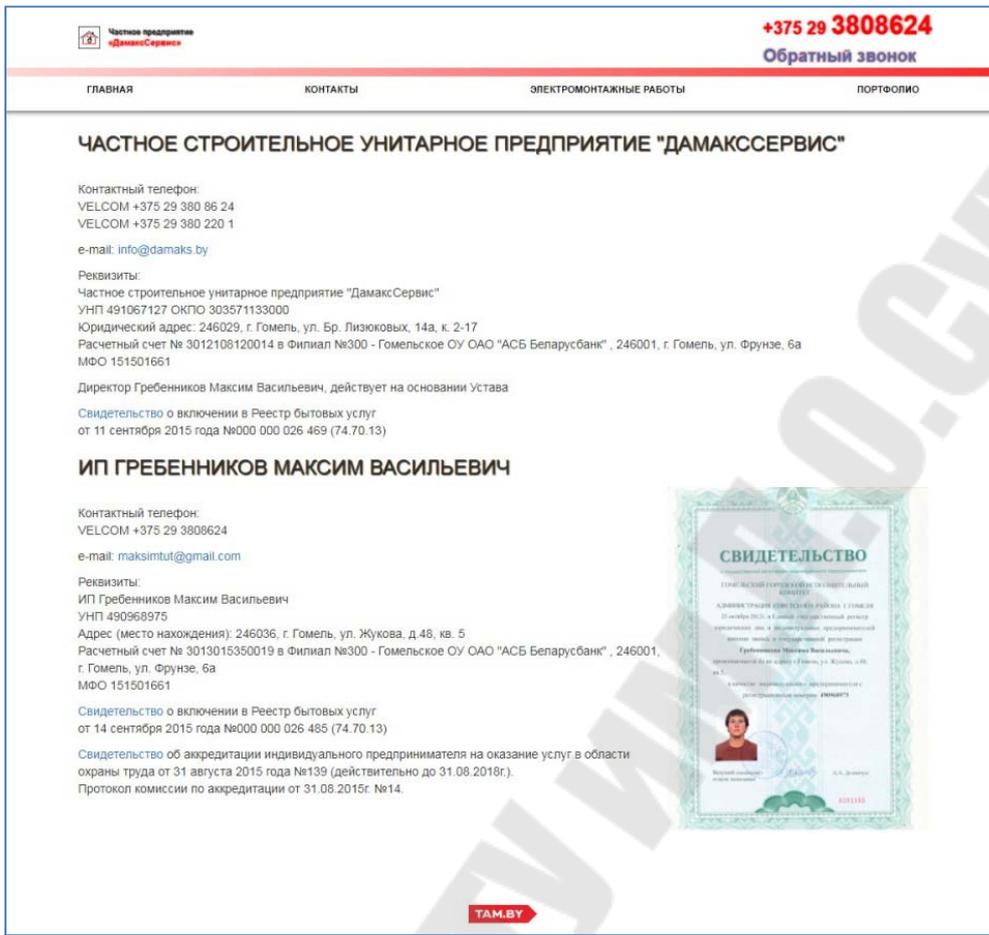


Рис. 2.4. Контент страницы «Контакты».

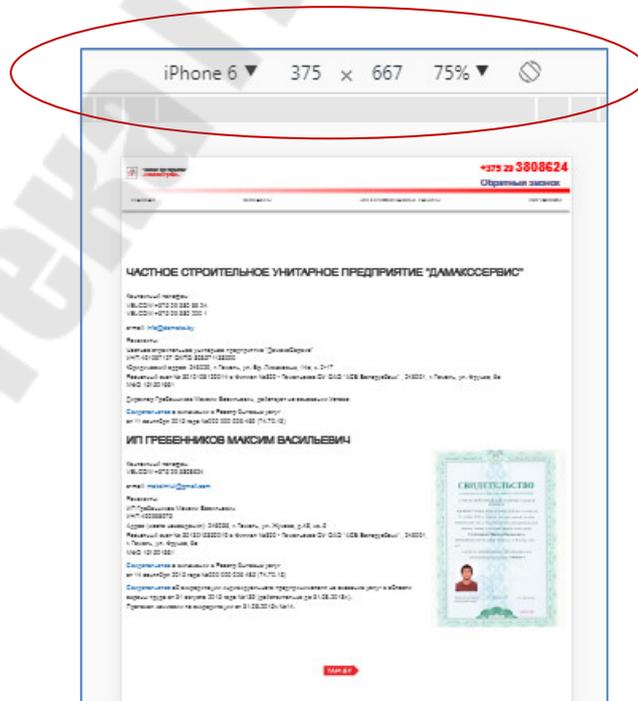


Рис. 2.5. Проверка шаблона сайта на адаптивность средствами браузера.

Также для данного сайта необходимо оптимизировать:

- неадаптивный шаблон сайта (рис. 2.5);
- перенаправления с `www` на `без`, либо наоборот (лабораторная работа №10 – Работа с файлом `.htaccess`);
- увеличить и улучшить логотип компании;
- проанализировать, стоит ли располагать обратную ссылку на каталог `TAM.by` со своего сайта, тем более что данный каталог этого не требует (лабораторная работа № 8 - Анализ сайтов-конкурентов).

Для рукописного сайта

1. Создание простого сайта-визитки.

а) Скачайте простой шаблон `html` (либо сверстайте свой).

б) В программе «Notepad++» (Dreamweaver и пр.) переименуйте главное меню в свои разделы со своими `url`-адресами:

Главная, Услуги, Наши работы, Контакты.

в) Заполните сайт материалом (текст, картинки).

г) Оптимизируйте сайт:

- `url`;
- метатеги (`title`, `description`);
- контент (текст: `h1-h6`, `strong` и пр.);
- картинки (`alt`, `url`-изображения, размер).

2. Перенос сайта в интернет.

а) Найдите в интернете бесплатный хостинг с возможностью доступа по `FTP` и доменным именем от хостинга.

б) Перенесите свой сайт на хостинг воспользовавшись менеджером загрузки `Filezilla` (`filezilla.ru`).

Для сайта на cms Joomla (другой cms)

1. Создание простого сайта-визитки.

а) Скачайте установочный файл Joomla на официальном сайте (Joomla.org).

б) На локальном сервере создайте сайт-визитку:

- выберите установочный шаблон Protostar (можно свой).

- создайте главное меню;

- в главном меню создайте разделы:

Главная, Услуги, Наши работы, Контакты

в) Заполните сайт материалом (текст, картинки).

г) Оптимизируйте сайт:

- ЧПУ (человекопонятный url);

- метатеги (title, description);

- контент (текст: h1-h6, strong и пр.; картинки - alt, url-изображения, размер).

Проверьте шаблон сайта на адаптивность.

2. Перенос сайта в интернет.

а) Найдите в интернете бесплатный хостинг с возможностью доступа по FTP и базой данной – MySQL.

б) Перенесите свой сайт на хостинг воспользовавшись менеджером загрузки Filezilla (filezilla.ru).

Контрольные вопросы:

1. Что входит в оптимизацию сайта?

2. Стоит ли в реальности пользоваться бесплатными сторонними шаблонами, если «да», то почему?

3. Как грамотно загрузить сайт на сервер?

4. Стоит ли располагать реальный сайт на бесплатных хостингах, если «да», то почему?

5. Преимущества и недостатки бесплатных хостингов вида ucoz.ru?

Лабораторная № 3

Тема: Регистрация сайта в поисковых системах: Яндекс и Google.

Цель работы: Сделать доступным сайт для поисковых систем.

Теоретические сведения

После запуска сайта в интернете, необходимо рассказать о нём, в первую очередь, поисковым системам. Для этого необходимо в них зарегистрироваться, добавить сайт, подтвердив управление.

Стоит отметить, что если сайт не добавлять в поисковые системы, специальные поисковые роботы все равно найдут его и сайт со временем будет конкурировать в выдаче.

Однако владелец web-ресурса не сможет следить за развитием своего сайта и его технической составляющей глазами поисковых роботов, а именно:

- как выглядит сайт для пользователей, не закрыты ли определенные сегменты сайта, что необходимо открыть или закрыть для индексирования?

- не будет возможности проверить и добавить на проверку файлы `robots.txt` и `sitemap.xml`;

- не будет возможности присвоить авторство тексту;

- не будет возможности увидеть подсказки данных сервисов и произвести необходимые настройки.

Поисковые роботы индексируют новый сайт с разной скоростью.

Поначалу поисковая посещаемость у новых сайтов, фактически, нулевая, но со временем, когда сайт начинает стареть, его страницы начинают конкурировать и выходить в поиске.

Чем старше сайт, чем больше доверия к нему у поисковых систем, тем выше они его поднимают, если соблюдаются определенные для этого условия.

Поисковой целевой трафик нарабатывается годами и является наиболее устойчивым и, практически, бесплатным для получения целевых посетителей.

Задание: Зарегистрировать сайт в поисковых системах Яндекса и Google.

Пояснения к выполнению задания:

Чтобы зарегистрироваться в Яндексе:

1. Перейдите по адресу <https://yandex.by>
2. Выберите команду «Завести почту».

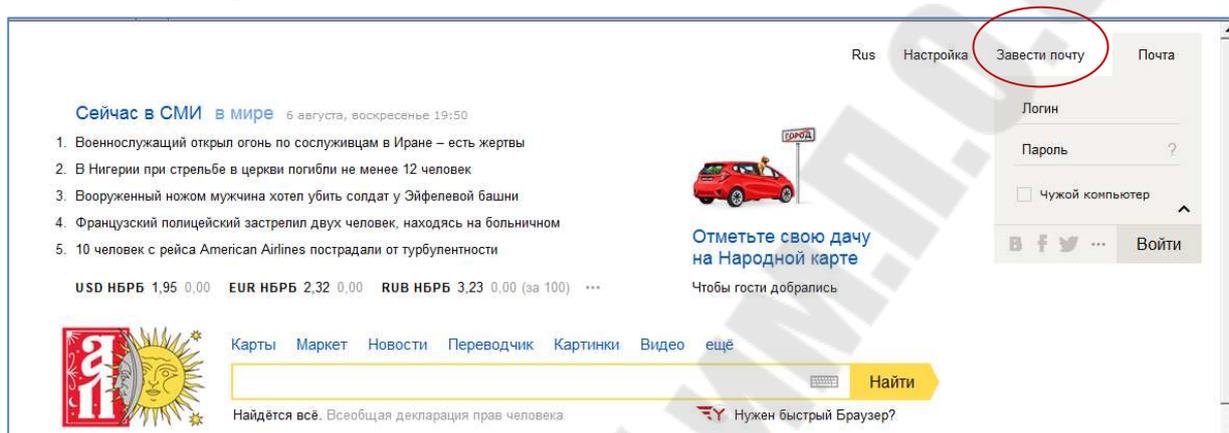


Рис.3.1. Главная страница поисковой системы Яндекс.

3. Авторизовавшись, в новой вкладке перейдите по адресу Яндекс.Вебмастер <https://webmaster.yandex.ru>
4. Выберите функцию «добавить» (рис. 3.2.):

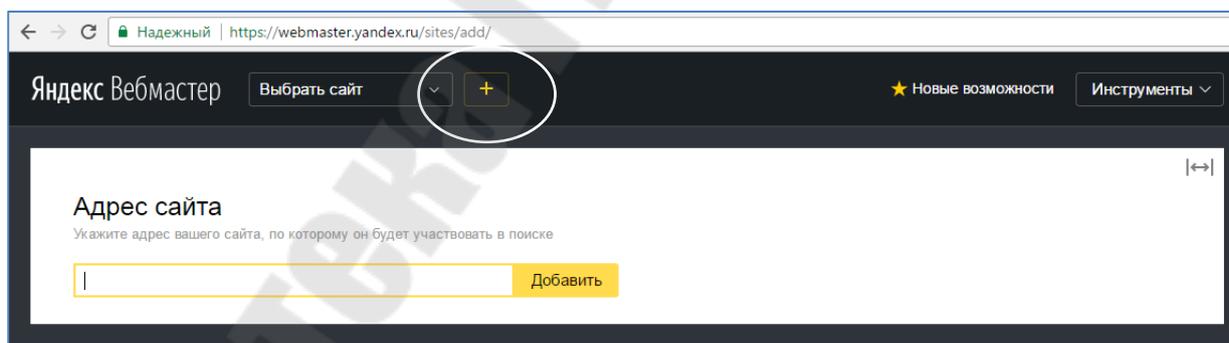


Рис.3.2. Добавление сайта на индексацию в Яндекс.Вебмастер.

5. Дважды добавьте в предлагаемую строку домен вашего сайта как `www.vash_site.by` и `vash_site.by`, подтвердив по предлагаемой инструкции дважды управление сайтом (рис. 3.3).

В ходе индексации поисковики разделяют сайт на домены с приставкой `www` и без. Для них это два абсолютно разных сайта с одинаковым контентом (материалом сайта), поэтому один сайт

обязательно будет признан дублем (неуникальным) и будет склеен с оригиналом-зеркалом.

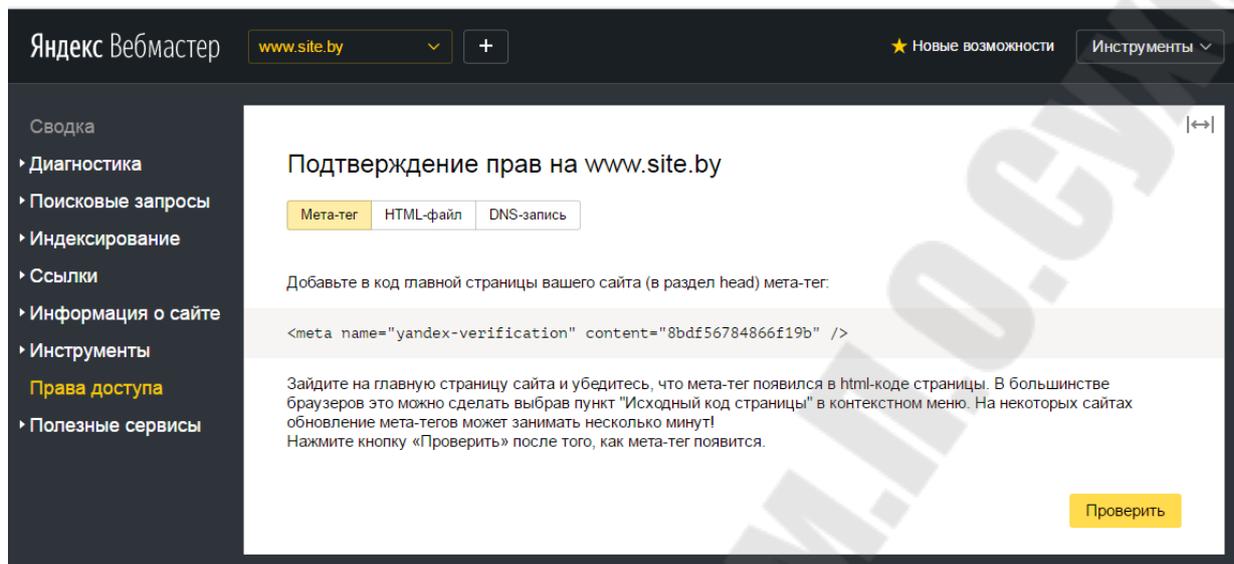


Рис.3.3. Подтверждение прав на сайт в Яндекс.Вебмастере.

В данном сервисе можно указать желаемый префикс: с www или без, но поисковики не гарантируют, что они выберут именно него. Также сервис рекомендует произвести настройку перенаправления после утвержденного домена. Т.е. если домен `www.vash_site.by`, то посетитель, который зашел по ссылке на сайт по адресу `http://vash_site.by`, будет перенаправлен на `http://www.vash_site.by`.

Пример того, как может выглядеть реальный сайт со склеенным доменом:

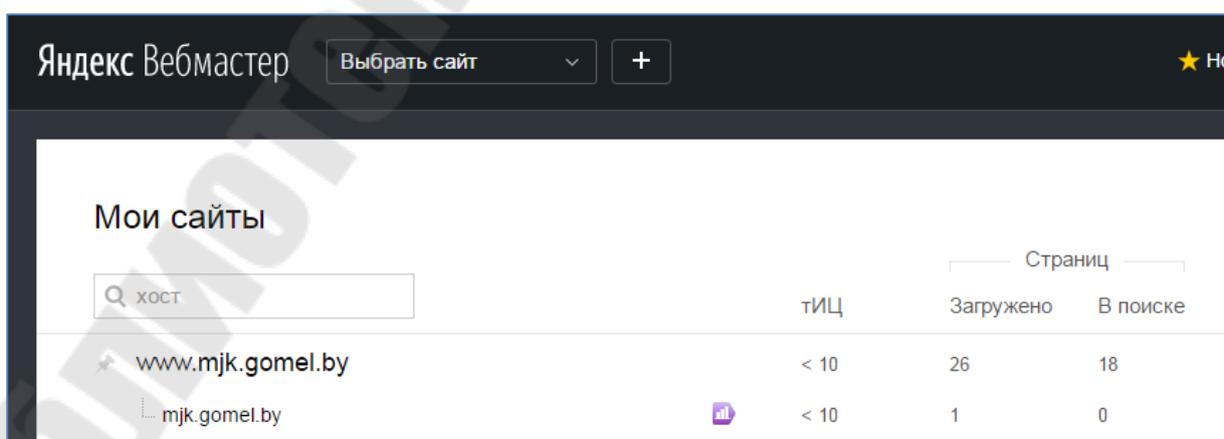


Рис.3.4 Определение главного зеркала сайта.

После подтверждения прав на управление сайтом появится сообщение, что Яндекс знает о вашем сайте и что сайт в порядке очереди поставлен на индексацию.

Выполнение задания:

1. Зарегистрируйтесь в Яндексе (если у вас еще нет аккаунта).
2. Зарегистрируйте свой сайт в сервисе Яндекс.Вебмастер.
3. Зарегистрируйтесь в Google (если у вас еще нет аккаунта).
4. Аналогично п.2 зарегистрируйте свой сайт в сервисе Google для веб-мастеров - Google Search Console
<https://www.google.com/webmasters>.

Контрольные вопросы к заданию:

1. Что дает регистрация в поисковых системах?
2. Что такое «поисковый трафик»?
3. Что такое «главное зеркало сайта»?

Лабораторная № 4

Тема: Добавление в поисковые системы файла `sitemap.xml`.

Цель работы: Добавить в поисковые системы файл `sitemap.xml`.

Теоретические сведения

Файл `Sitemap` — это файл с информацией о страницах сайта, подлежащих индексированию. Разместив этот файл на сайте, можно сообщить роботу Яндекса:

- какие страницы вашего сайта нужно индексировать;
- как часто обновляется информация на страницах;
- индексирование каких страниц наиболее важно.

Можно сказать, что файл `sitemap.xml` управляет скоростью индексирования сайта. Т.е. когда поисковый робот по дате изменения файла видит, что материал на странице не изменился, то робот не будет тратить время на данную страницу, а перейдет к следующей записи. В итоге робот проиндексирует новые и измененные страницы сайта на много быстрее.

Для *рукописных* сайтов данный файл создается с нуля.

Для движков (cms) `sitemap.xml` создается с помощью специального модуля.

Если сайт на cms является визиткой и материал на сайте почти не обновляется, а модуль `sitemap`, по каким-то причинам для данного сайта не подходит, то файл `sitemap` также можно написать вручную.

Файл `Sitemap` может быть нескольких форматов, один из наиболее распространенных файл `xml`.

Требования к файлу `Sitemap`:

- файл должен располагаться на том же домене, что и сайт, для которого он составлен (`vash_site.by/sitemap.xml`);
- при обращении к файлу сервер должен возвращать HTTP-статус с кодом 200 ОК;
- файл может содержать не более 50 000 URL, а его размер в сжатом виде не должен превышать 10 Мб. Если `Sitemap` не удовлетворяет этим требованиям, его необходимо разбить на несколько отдельных файлов и указать их в файле индекса `Sitemap`;
- в файле необходимо использовать кодировку UTF-8;

- файл может описывать только страницы того домена, на котором он расположен.

Более подробно о документации файла Sitemap можно ознакомиться на ресурсе sitemaps.org.

Пример файла Sitemap, в котором содержится только один URL-адрес и использованы все необязательные теги (выделены жирным).

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset
xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/</loc>
    <lastmod>2005-01-01</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
</urlset>
```

Определения XML-тегов:

`<urlset>` - инкапсулирует этот файл и указывает стандарт текущего протокола (обязательный тег).

`<url>` - родительский тег для каждой записи URL-адреса. Остальные теги являются дочерними для этого тега (обязательный тег).

`<loc>` - URL-адрес страницы (обязательный тег).

`<lastmod>` - дата последнего изменения файла (необязательный).

`<changefreq>` - вероятная частота изменения этой страницы (необязательный тег).

`<priority>` - приоритетность URL относительно других URL на Вашем сайте (необязательный). Допустимый диапазон значений — от 0,0 до 1,0. Приоритет страницы по умолчанию — 0,5.

В этом примере файл Sitemap содержит небольшое число URL-адресов, каждый из которых использует разное сочетание необязательных параметров.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.example.com/</loc>
    <lastmod>2017-01-01</lastmod>
    <changefreq>monthly</changefreq>
    <priority>0.8</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/catalog?item=12&desc=vacation_
hawaii</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/catalog?item=73&desc=vacation_
new_zealand</loc>
    <lastmod>2016-12-23</lastmod>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/catalog?item=74&desc=vacation_
newfoundland</loc>
    <lastmod>2016-12-23T18:00:15+00:00</lastmod>
    <priority>0.3</priority>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.example.com/catalog?item=83&desc=vacation_
usa</loc>
    <lastmod>2016-11-23</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

Пример рукописного файла sitemap.xml только с обязательными тегами:

```
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.mjk.gomel.by</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>
      http://www.mjk.gomel.by/mzhk-solnechnyj.html
    </loc>
  </url>
  <url>
    <loc>
      http://www.mjk.gomel.by/mzhk-solnechnyj/istoriya.html
    </loc>
  </url>
  <url>
    <loc>
      http://www.mjk.gomel.by/mzhk-
      solnechnyj/administratsiya.html
    </loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.mjk.gomel.by/novosti.html</loc>
  </url>
  ...
  <url>
    <loc>
      http://www.mjk.gomel.by/galereya/arkhiv-dokumentov-
      mzhk.html
    </loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.mjk.gomel.by/partnjory.html</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.mjk.gomel.by/volonter.html</loc>
  </url>
  <url>
    <loc>
      http://www.mjk.gomel.by/kontakty-mjk-solnechyj.html
    </loc>
  </url>
</urlset>
```

Пример файла sitemap.xml сайта на движке WordPress:

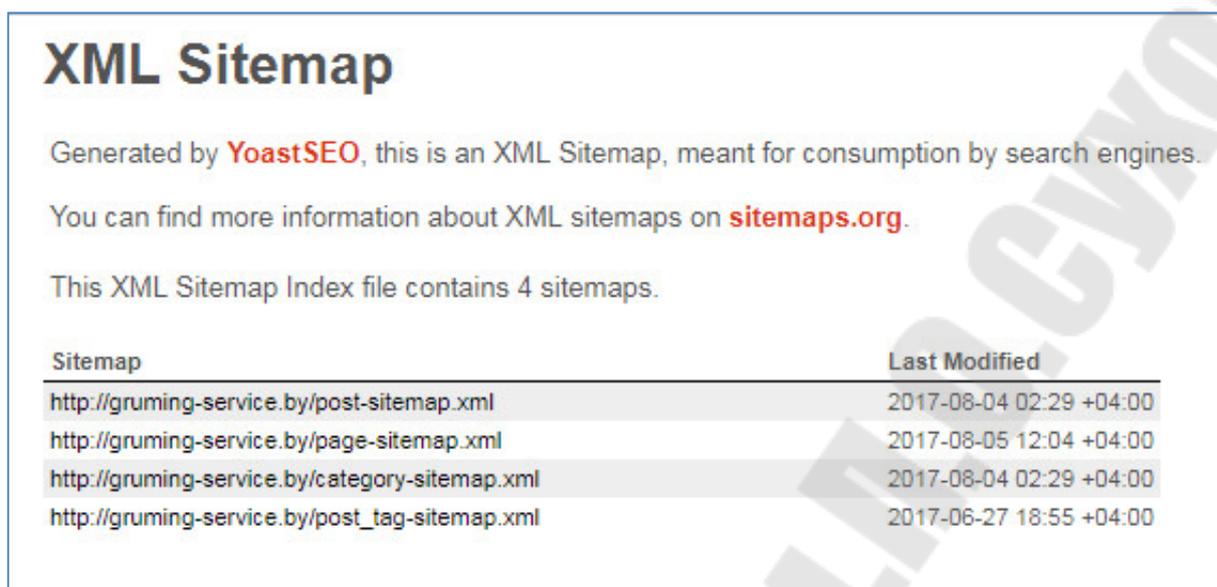


Рис. 4.1. Файл sitemap.xml движка WordPress.

Задание:

1. Создать и добавить в поисковые системы Яндекс и Google файл sitemap.xml вашего сайта.
2. Ознакомится с файлом sitemap.xml на сайте www.gstu.by (cms Drupal).

Пояснения к выполнению работы:

Выберите для себя подходящий вариант.

Для рукописного сайта.

Принцип добавления sitemap.xml в поисковые системы таков:

1. Создаем файл sitemap.xml:
 - открываем программу «NotePad++»;
 - создаем файл с нужными тегами;
 - добавляем в файл необходимые для индексации url-страницы;
 - присваиваем имя sitemap с расширением xml.
2. Располагаем его на хостинге в корне вашего сайта.

3. Переходим в Яндекс.Вебмастер в раздел «sitemap.xml». Проверяем файл на ошибки и добавляем файл в систему (указываем url).

4. Аналогично добавляем файл в Google (сервис Google для веб-мастеров - Google Search Console).

Для сайта cms Joomla (другой cms).

1. Создайте рукописный вариант файла sitemap.xml для вашей cms и добавьте файл в поисковые системы (см. пункт «Для рукописного сайта»).

2. Добавление **модуля sitemap** для Joomla в поисковые системы.

а) Перейдите на официальный сайт joomla.org

б) Скачайте из раздела расширений (Extensions Directory) файл Sitemap.

в) Установить его на свой сайт.

г) Перейдите в Яндекс.Вебмастер в раздел «sitemap.xml». Проверьте файл на ошибки и добавьте файл в систему.

Контрольные вопросы:

1. Для чего необходим файл sitemap.xml?

2. Где он должен располагаться?

3. Какие теги обязательны для написания файла?

4. Какая кодировка используется в файле?

5. Сколько URL может содержать файл?

6. Зачем его добавлять в поисковые системы?

7. Каков максимальный размер файла sitemap.xml?

8. Что делать в случае если файл превышает допустимое значение?

9. Если вы использовали в вашем файле sitemap.xml необязательные теги, то какие и почему?

Лабораторная № 5

Тема: Добавление в поисковые системы файла robots.txt.

Цель работы: Добавить в поисковые системы файл robots.txt.

Теоретические сведения:

С помощью файла robots.txt происходит управление индексацией сайта, т.е. поисковые роботы Яндекса и Google подчиняются прописанным в них командам (директивам). Robots.txt всегда находится в корне сайта по адресу: vash_site.by/robots.txt.

Для движков (cms) robots.txt создается по умолчанию и его необходимо корректировать.

Для *рукописных* сайтов данный файл создается с нуля.

Когда robots.txt готов его добавляют в поисковые системы в раздел, где был добавлен сайт.

Файл robots.txt можно и не добавлять в поисковые системы. Поисковые роботы обнаружат ваш сайт, найдут файл robots.txt и будут действовать согласно прописанным в них директивам, но вы не увидите возможные ошибки и недочеты в вашем файле.

Если файл отсутствует на сайте, то сайт будет читаться целиком вместе с рабочими файлами.

Файл robots.txt можно создать в любом текстовом редакторе «Блокнот» или «NotePad++» и пр.

Распространенные, часто применяемые директивы:

User-agent: * – адресована всем ботам (Yandex, Googlebot, Yahoo и др.).

Disallow и Allow – запрет и разрешение индексирования страниц.

Sitemap – указывает поисковому роботу, где у вас лежит файл sitemap.xml для поисковиков.

Crawl-Delay – задает временной интервал для обращения к вашему серверу. Используется в том случае, если ваш сервер сильно нагружен. Используется редко.

Пример 1. Составления файла robots.txt.

Данная запись означает – всем поисковым роботам разрешено индексировать весь сайт.

```
User-agent: *  
Disallow:
```

Пример 2. Сайт закрыт для индексирования.

```
User-agent: *  
Disallow:/
```

Пример 3: Всем поисковым роботам разрешено индексировать сайт, но запрещено индексировать папку img кроме содержимого в ней каталога «forindex». Также указан хост сайта и адрес файла sitemap.xml

```
User-agent: *  
  
Disallow: /img/  
Allow: /img/forindex/  
  
Host: www.vash_site.by  
Sitemap: http://vash_site.by/sitemap.xml
```

Пример 4. Так может выглядеть полный вариант файла robots.txt для простого рукописного сайта:

```
User-agent: *  
Disallow:  
  
Host: www.vash_site.by  
Sitemap: http://vash_site.by/sitemap.xml
```

Пример 5. Вот так выглядит сгенерированный готовый файл robots.txt движком (cms) Joomla:

```
User-agent: *  
  
Disallow: /administrator/  
Disallow: /bin/  
Disallow: /cache/  
Disallow: /cli/  
Disallow: /components/  
Disallow: /includes/  
Disallow: /installation/  
Disallow: /language/  
Disallow: /layouts/  
Disallow: /libraries/  
Disallow: /logs/  
Disallow: /modules/  
Disallow: /plugins/  
Disallow: /tmp/
```

Пример 6: А это изменённый вариант реального сайта с дальнейшей регистрацией в поисковые системы (cms joomla):

```
User-agent: *
Crawl-delay: 10

Allow: /images
Disallow: /administrator/
Disallow: /cache/
Disallow: /cli/
Disallow: /components/
Disallow: /includes/
Disallow: /installation/
Disallow: /language/
Disallow: /libraries/
Disallow: /logs/
Disallow: /media/
Disallow: /modules/
Disallow: /plugins/
Disallow: /templates/
Disallow: /tmp/
Disallow: /institut/novosti/118-
kursipowisheniakwal-2.html
Disallow: /slushatelyam/dis-kosultacii.html
Disallow: /institut/novosti/124-otkryta.html
Disallow: /pdf*

Host: www.site.by

Sitemap: www.site.by/sitemap.xml
```

Пример 7. Один из возможных вариантов файл robots.txt для движка (cms) WordPress:

```
Disallow: /wp- # Блокируем индексацию папок
Disallow: /trackback # блокируем индекс всех возможных трекбеков
Disallow: */trackback
Disallow: */*/trackback
Disallow: */feed # блокируем индексацию фидов,
Disallow: /feed/ новостных лент всех вариантов
Disallow: /?feed=
Disallow: */*/feed
Disallow: */*/feed/*/
Disallow: /*?* # запрет индекса всех ссылок (защита
Disallow: /tag от дублей)
Disallow: /tag/* # каталоги находящихся в разных
Disallow: /?s=* директориях (метки, категории)
Disallow: /page/* # запрещаем лишние страницы в WP,
Disallow: /author создающие дубли
Disallow: /2015 # блокировка индексации автора
Disallow: /xmlrpc.php # дублирование ссылок с архива
Allow: /wp-content/uploads/
Allow: *.js # Разрешаем индексировать наши
Allow: *.css # загруженные картинки
# Указываем основное зеркало

Host: site.by
Sitemap: http://site.by/sitemap.xml # Направляем робота на
наши страницы контента
```

Задание:

1. Создать (либо скорректировать) и добавить в поисковые системы Яндекса и Google файл robots.txt.
2. Ознакомится с файлом robots.txt на сайте gstu.by (cms Drupal).

Пояснения к выполнению работы

Для рукописных сайтов

Принцип добавления robots.txt в поисковые системы таков:

1. Создаем (либо корректируем) файл robots.txt:
- открываем программу «NotePad++»;

- создаем файл с нужными директивами;
 - присваиваем имя robots с расширением txt.
2. Располагаем его на хостинге в корне вашего сайта.
 3. Переходим в Яндекс.Вебмастер в раздел «robots.txt».

Проверяем файл на ошибки и добавляем файл в систему.

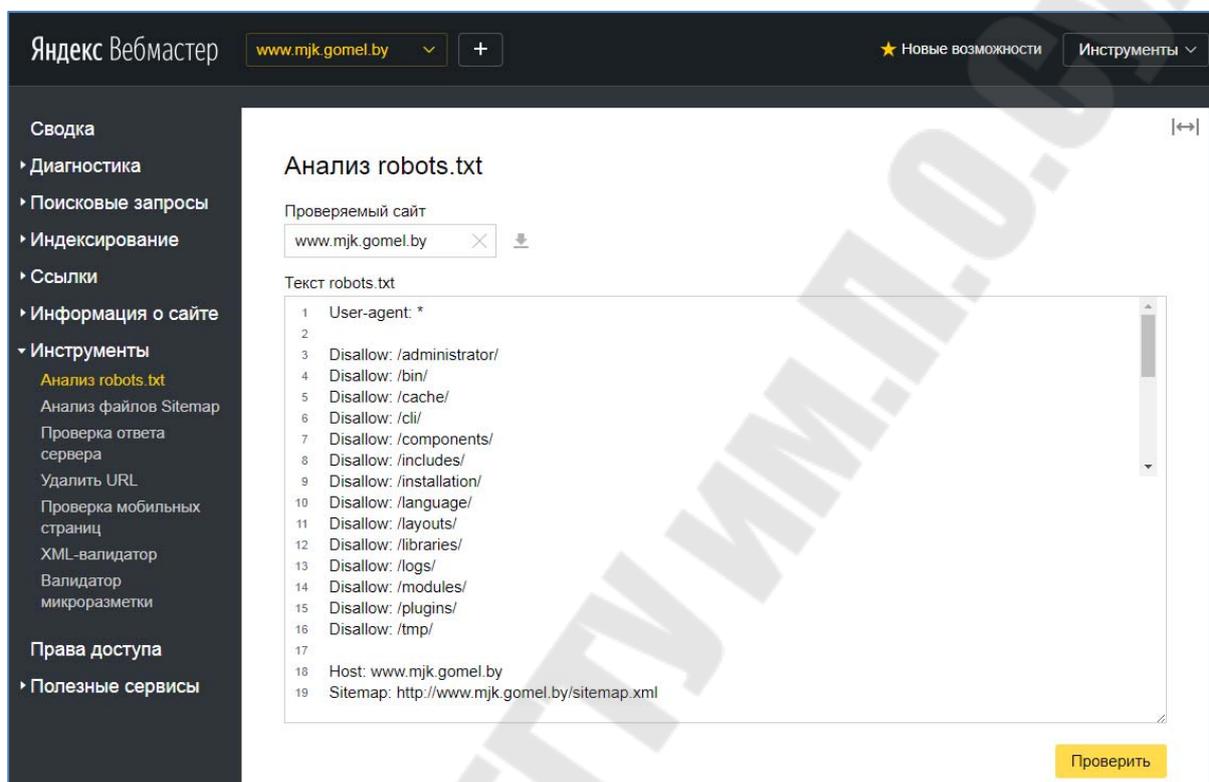


Рис.5.1. Анализ файла robots.txt в сервисе Яндекс.Вебмастер.

4. Аналогично добавляем файл в Google (сервис Google для веб-мастеров - Google Search Console).

Для cms.

1. В программе «NotePad++» скорректируйте сгенерированный robots.txt
2. Добавьте файл в поисковые системы.

Контрольные вопросы:

1. Для чего необходим файл robots.txt?
2. Где он должен располагаться?
3. Зачем его добавлять в поисковые системы?
4. Какие директивы файла robots.txt вы использовали в своем случае?

Лабораторная № 6

Тема: Добавление на сайт инструментов аналитики.

Цель работы: Добавление на сайт счетчика.

Теоретические сведения

Владельцы сайта и начинающие seo-специалисты часто сталкиваются с проблемами: почему эффективность проекта не растет, посещаемость остается прежней, продажи на том же уровне? Для того чтобы найти решение, нужно проанализировать качественные и количественные показатели ресурса с помощью инструментов веб-аналитики.

Наиболее популярные инструменты веб-аналитики: Яндекс.Метрика (metrika.yandex.ru), Google Analytics (google.by/analytics) и Liveinternet (liveinternet.ru).

Яндекс.Метрика

Счетчик «Яндекс.Метрика» — бесплатный сервис, предоставляемый Яндексом, работает по принципу обычного счетчика посещений (рис. 6.1-6.2). Сервис интегрирован с Яндекс.Директом и Яндекс.Маркетом и позволяет группировать посетителей ресурса по нескольким параметрам.

Яндекс.Метрика измеряет конверсию сайта и интернет-рекламы. Имеется функция мониторинга доступности сайта с возможностью получать SMS-уведомления, когда сайт недоступен пользователям.

Яндекс.Метрика также предоставляет: «Карту путей» по сайту и «Вебвизор». Вебвизор записывает действия посетителей сайта и позволяет просматривать их в режиме «живого видео».

Анализ юзабилити страниц представлен «Картой ссылок» и «Картой кликов».

Google Analytics

Google Analytics — бесплатный сервис, предоставляемый Google для создания детальной статистики посетителей веб-сайтов.

Сервис интегрирован с Google AdWords. Вебмастер может оптимизировать рекламные и маркетинговые кампании Google AdWords при помощи анализа данных сервиса Google Analytics (рис. 6.3.).

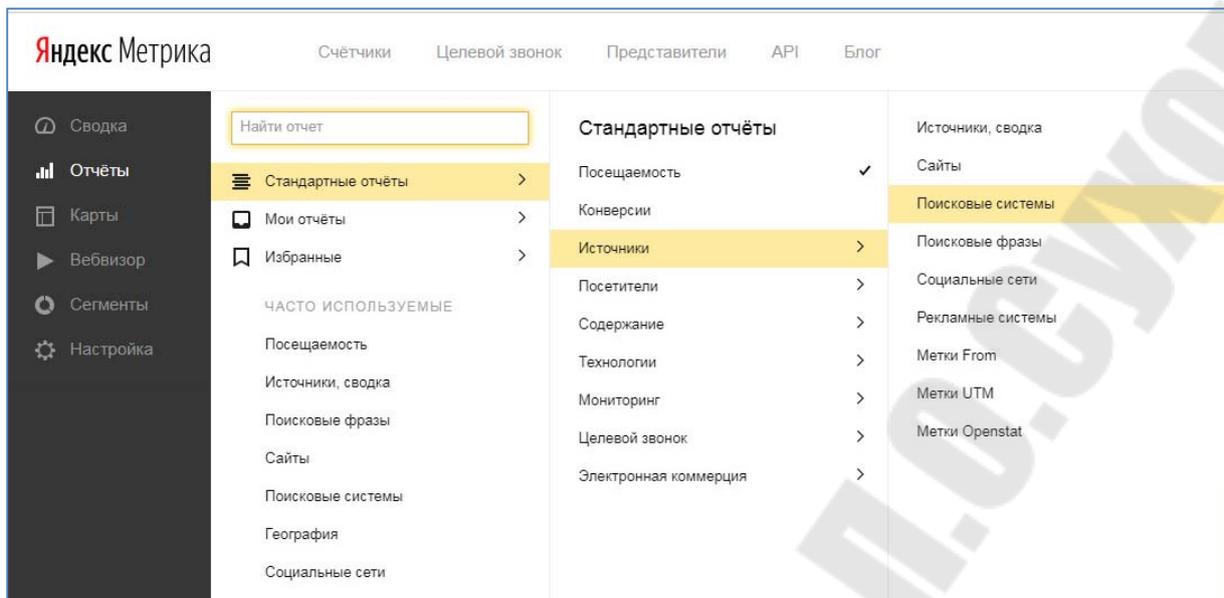


Рис.6.1. Стандартные отчеты Яндекс.Метрики.

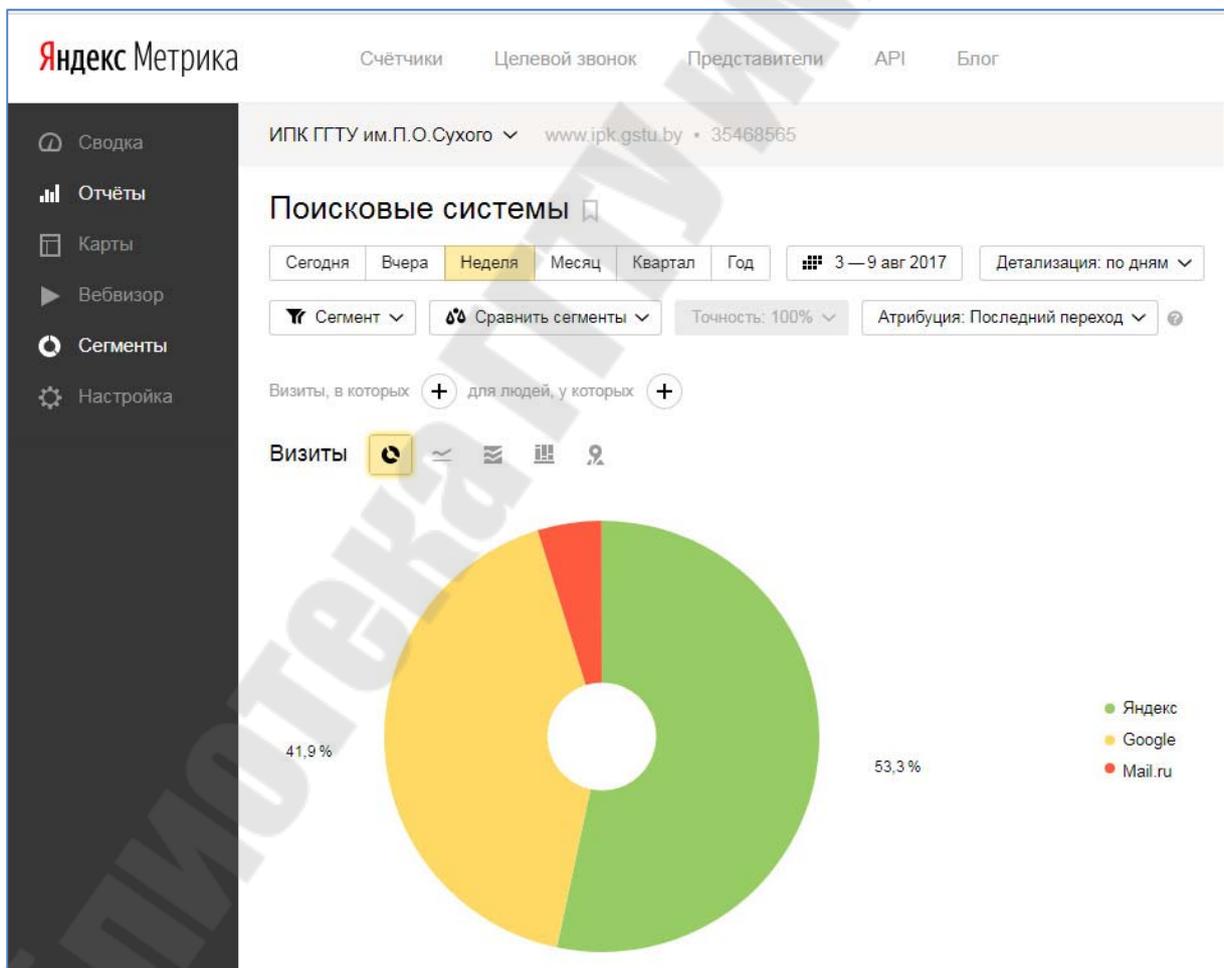


Рис. 6.2. Отчет по посещаемости из поисковых систем в Яндекс.Метрике.



Рис.6.3. Аналитика от Google Analytics.

Все счетчики имеют схожие функции, включающие в себя:

- оценку количества «мобильного» трафика;
- анализ эффективности web-ресурса (скорость загрузки, маршрут пользователей);
- формирование отчетов.

Для более точного анализа обычно достаточно установить на сайт два счетчика. Так выглядят счетчики после установки:

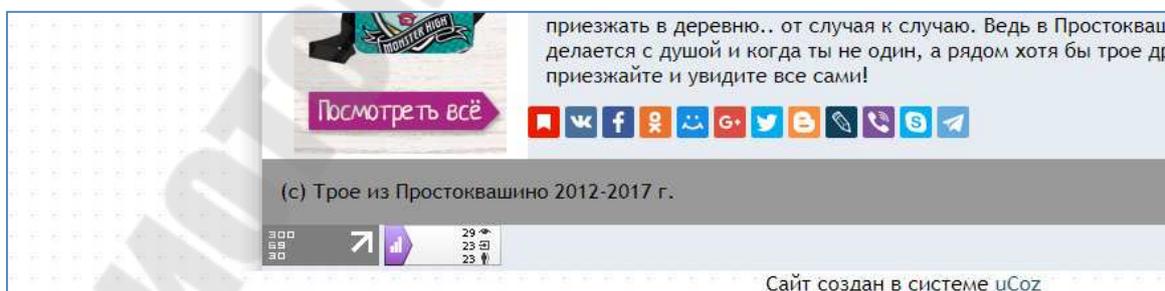


Рис. 6.4. Счетчики: слева Liveinternet, справа Яндекс.Метрика.

Задание: Установить код Яндекс.Метрики (можно любой другой) на свой сайт.

Пояснения к выполнению работы:

1. Для работы с Яндекс.Метрикой необходима учетная запись на Яндексе. Если у вас ее нет, зарегистрируйтесь.
2. Авторизуйтесь в Яндексе.
3. Перейдите в сервис Яндекс.Метрика (metrika.yandex.ru).
4. Нажмите команду «Добавить счетчик».

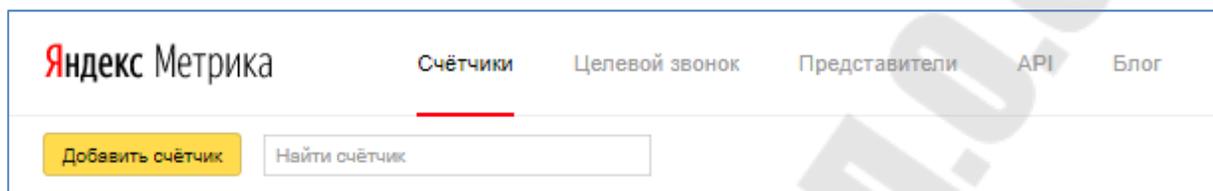


Рис. 6.5. Создание счетчика в Яндекс.Вебмастер.

5. Заполните все предлагаемые поля.

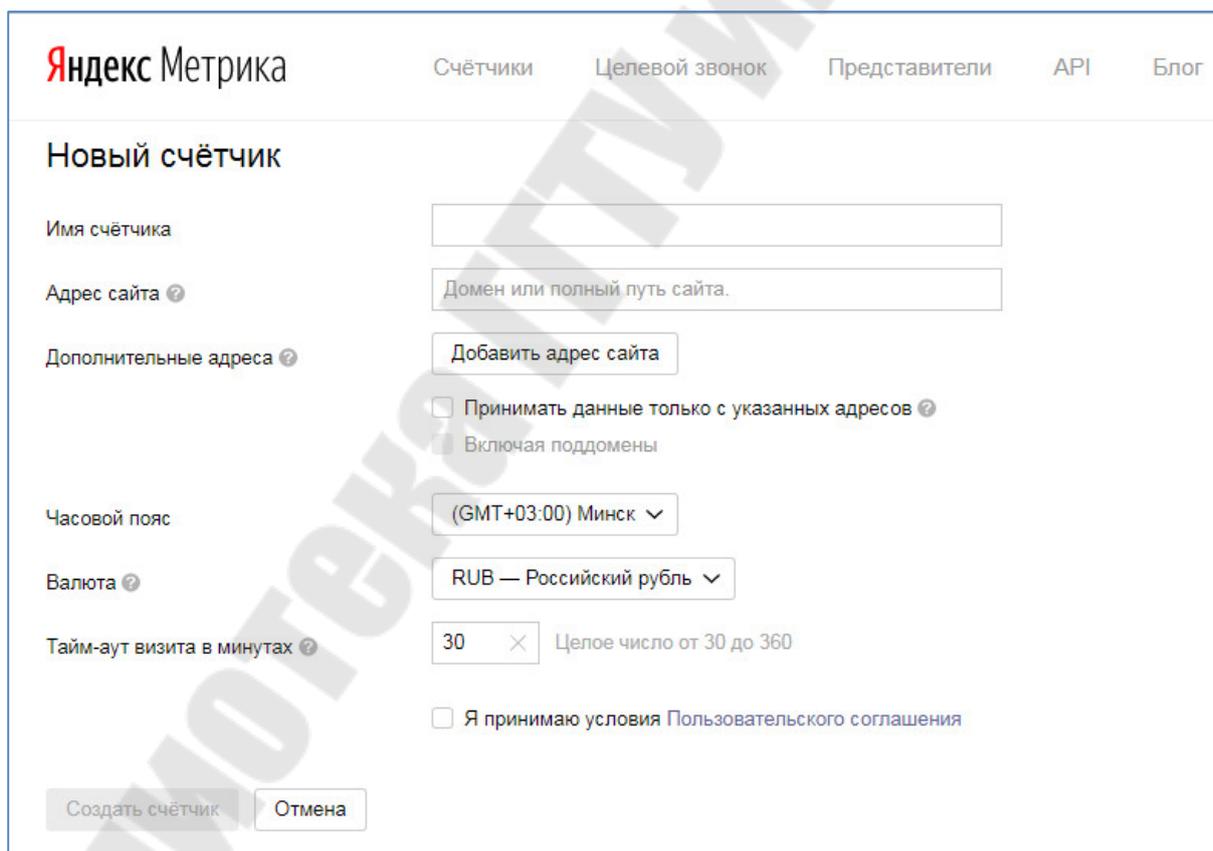
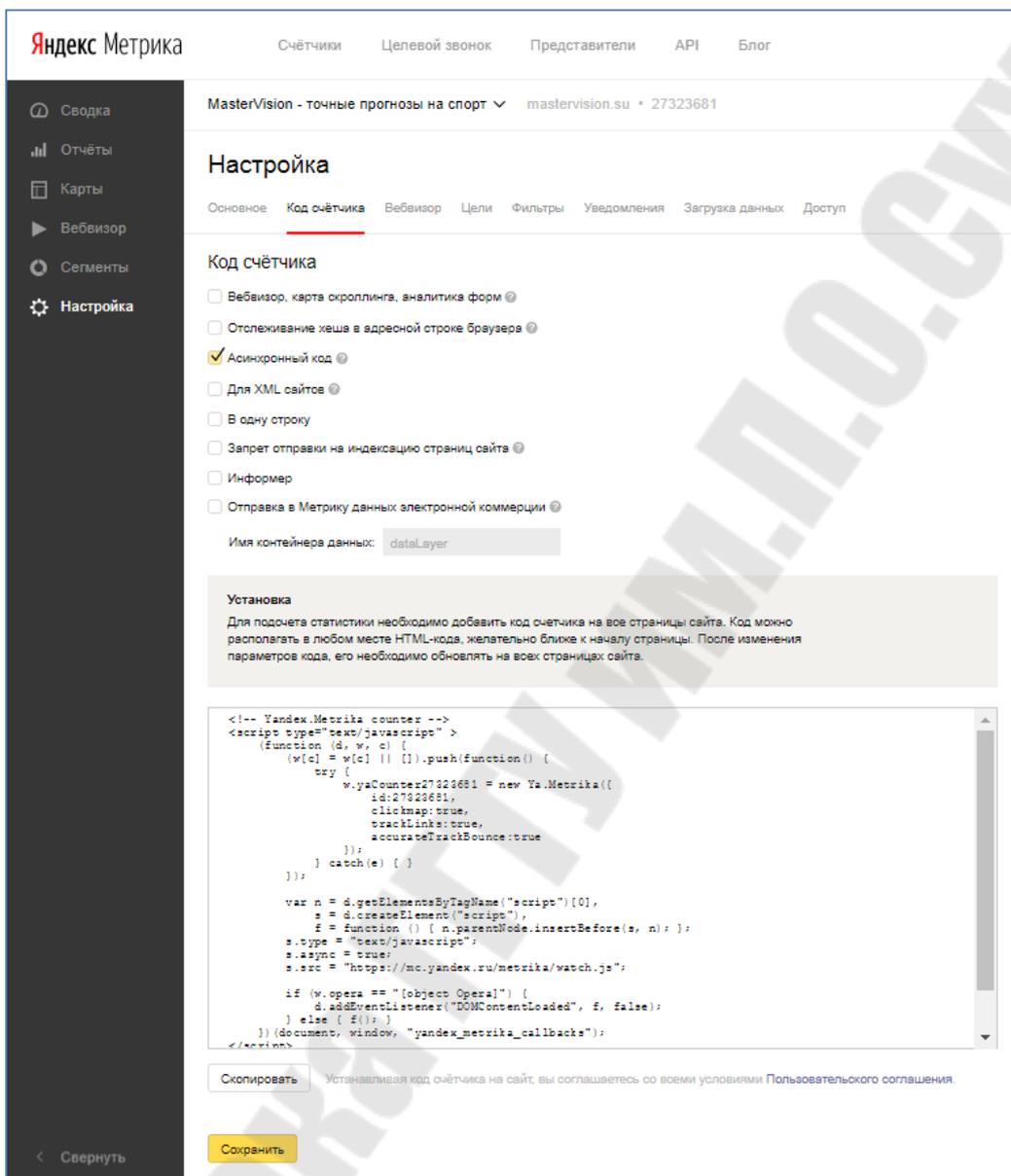
The image shows the 'Новый счётчик' (New counter) form in the Yandex Metrika interface. The form is titled 'Новый счётчик' and contains several input fields and checkboxes. The fields are: 'Имя счётчика' (Counter name), 'Адрес сайта' (Site address) with a placeholder 'Домен или полный путь сайта.', 'Дополнительные адреса' (Additional addresses) with a 'Добавить адрес сайта' button, 'Часовой пояс' (Time zone) set to '(GMT+03:00) Минск', 'Валюта' (Currency) set to 'RUB — Российский рубль', and 'Тайм-аут визита в минутах' (Visit timeout in minutes) set to '30'. There are also two checkboxes: 'Принимать данные только с указанных адресов' (Accept data only from specified addresses) and 'Включая поддомены' (Including subdomains). At the bottom, there are two buttons: 'Создать счётчик' (Create counter) and 'Отмена' (Cancel).

Рис. 6.6. Заполнение формы счетчика.

6. Скопируйте код счетчика и установите его себе на сайт.



The screenshot shows the Yandex.Metrica interface for the account 'MasterVision - точные прогнозы на спорт'. The 'Настройка' (Settings) page is open, specifically the 'Код счётчика' (Tracking Code) section. The 'Асинхронный код' (Asynchronous code) option is checked. Below the settings, the generated tracking code is displayed in a text area. The code is as follows:

```
<!-- Yandex.Metrica counter -->
<script type="text/javascript">
(function(d, w, c) {
  (w[c] = w[c] || []).push(function() {
    try {
      w.yaCounter27323681 = new Ya.Metrica({
        id:27323681,
        clickmap:true,
        trackLinks:true,
        accurateTrackBounce:true
      });
    } catch(e) {}
  });
  var n = d.getElementsByTagName("script")[0],
      s = d.createElement("script"),
      f = function () { n.parentNode.insertBefore(s, n); };
  s.type = "text/javascript";
  s.async = true;
  s.src = "https://mc.yandex.ru/metrika/watch.js";

  if (w.opera == "[object Opera]") {
    d.addEventListener("DOMContentLoaded", f, false);
  } else { f(); }
})(document, window, "yandex_metrika_callbacks");
</script>
```

Below the code, there is a 'Скопировать' (Copy) button and a note: 'Устанавливая код счётчика на сайт, вы соглашаетесь со всеми условиями Пользовательского соглашения.' (By installing the tracking code on the site, you agree to all terms of the User Agreement.)

Рис. 6.7. Сгенерированный код счетчика.

Чтобы не передавать «вес» своего сайта, код рекомендуется закрывать парными тегами `noindex`:

```
<noindex>код счетчика</noindex>
```

Контрольные вопросы:

1. Для чего нужны счетчики на сайте?
2. Какие счетчики вы знаете?
3. Расскажите о возможностях Яндекс.Метрики.

Лабораторная № 7

Тема: Регистрация сайта в каталогах.

Цель работы: Приобрести навыки регистрации сайта в каталогах.

Теоретические сведения

Регистрация в каталогах – это один из инструментов продвижения. Конечная цель регистрации в каталогах – это целевые посетители на сайт.

Дает ли конкретная регистрация желаемый результат, покажет время. Для этого необходимо отслеживать показания в счетчике, установленном на сайте.

Регистрация в каталоге имеет смысл, если:

- страница, где опубликован сайт, выходит в поиске;
- с каталога на сайт идут посетители;
- сайт поднялся в поиске.

Существуют особые известные белорусские каталоги (akavita.by и др.), у которых обязательным условием регистрации является установка на сайт специального кода. Этот код оправдывает себя, т.к. отслеживает доступность сайта и его посещаемость. Если проект закрыт, специальный скрипт в коде удаляет обратную ссылку со своей площадки на ваш ресурс, чтобы не превращаться в «линкпомойку». Отслеживание же посещаемости подымает вверх данный сайт в выбранной категории каталога, если посещаемость на сайте растет.

Установку сторонних ссылок на свой сайт необходимо избегать, т.к. если обратных ссылок много, сайт понизится в поиске или попадет под один из фильтров поисковых систем.

Большинство обычных каталогов не просят обратную ссылку на свой сайт и закрывают обратные ссылки регистрируемых сайтов от индексирования, однако регистрация в каталогах должна быть грамотна и избирательна.

Задание: Зарегистрировать сайт в каталоге Akavita.by.

Пояснения к выполнению работы:

Принцип регистрации в каталогах таков:

1. Читаем правила каталога.
2. Регистрируемся и переходим в раздел «Добавить».
3. Заполняем все необходимые поля, выбираем цвет и вид информера.
4. Копируем код и вставляем на свой сайт.

Пример формы регистрации каталога ТИТ.by:

The screenshot shows a web form for adding a site to the TIT.by catalog. The form is titled "Добавить сайт" and includes the following fields and options:

- Категория: Бизнес (dropdown menu)
- Название ресурса: Зоосалон - груминг Cat & Dog service
- Описание ресурса: Cat & Dog service. Забота о красоте и зд
- URL ресурса: http://gruming-service.by
- Ваш E-mail: Gruming-service-gomel@mail.ru
- Открытая статистика:
- Выбор кнопки (radio buttons):
 - рейтинг TIT.BY (blue)
 - рейтинг TIT.BY (green)
 - рейтинг TIT.BY (grey)
 - рейтинг TIT.BY (orange)
 - рейтинг TIT.BY (red)
 - рейтинг TIT.BY (dark grey)
- Регистрация (button)

Рис.7.1. Форма регистрации в каталоге сервиса ТИТ.by.

В форму регистрации обычно входят такие поля, как: категория, название ресурса, краткое описание, url-адрес ресурса, e-mail.

Для регистрации в нескольких подобных каталогах, желательно, составить разное описание.

После всех заполненных полей ждем «Регистрация» (рис. 7.1) и переходим к сгенерированному для нашего сайта скрипту (рис. 7.2).

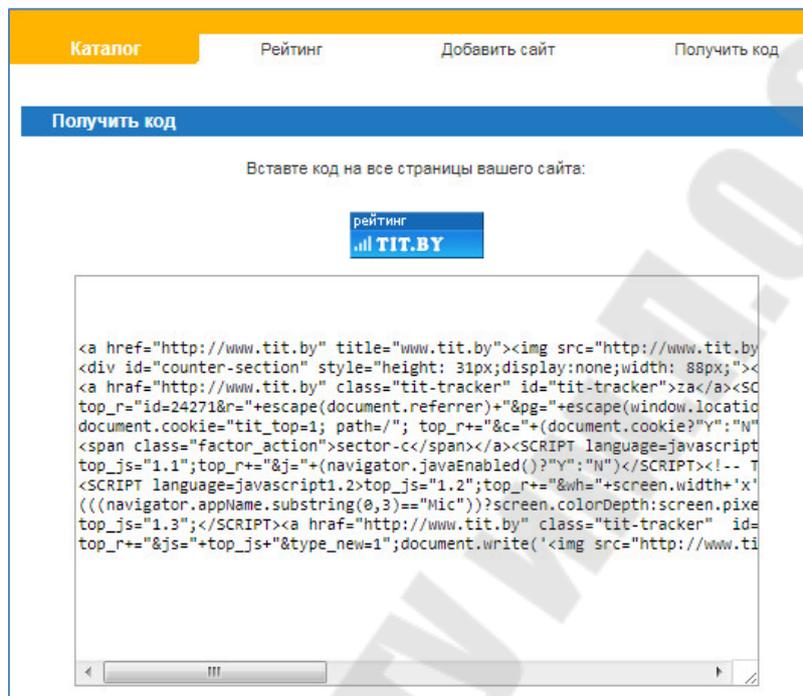


Рис. 7.2. Сгенерированный код для установки на сайт.

Далее, копируем код и устанавливаем его на свой сайт.

Чтобы не передавать «вес» своего сайта, код рекомендуется закрывать парными тегами `noindex`: `<noindex>код</noindex>`

Количество располагаемых обратных ссылок с каталогов вида `akavita.by`, не считая счетчиков, желательно 2-4.

Контрольные вопросы:

1. В каких случаях надо располагать исходящие ссылки (код, скрипт) на сайте?
2. Как отслеживать полезность в зарегистрированном ресурсе?
3. Верно ли определение, что надо регистрироваться во всевозможных каталогах, даже если они не требуют обратной ссылки на сайт?

Лабораторная № 8

Тема: Анализ (seo-анализ) сайтов-конкурентов.

Цель работы: Приобрести навыки seo-анализа сайтов.

Теоретические сведения:

Анализ сайтов-конкурентов проводится с целью улучшения оптимизации собственного web-ресурса, поднятию его в выдаче и увеличению целевого поискового трафика, а также для проработки стратегии продвижения нового web-проекта.

Задание: Проанализировать сайты-конкуренты.

Сервисы для лабораторной работы:

1. Сервис анализа сайта pr-cy.ru, zip.ru.
2. Сервис обратных ссылок linkpad.ru.
3. Проверка уникальности контента онлайн text.ru.
4. Поисковые системы Яндекс и Google.
5. Сервис статистики ключевых слов wordstat.yandex.ru

Пояснения к выполнению работы первой части задания

Для того, выявить конкурентов, необходимо определиться с запросом, по которому будет продвигаться сайт либо страница, «вбить» его в поисковую систему и проанализировать выдачу. Например, «стрижка собак»:

Яндекс

ПОИСК КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ РЫНОК НОВОСТИ ПЕРЕВОДЧИК ЕЩЕ

1 **Стрижка собак / gruming-service.by**
Мелкие и средние породы Крупные породы Кошки
gruming-service.by/Стрижка реклама
Профессиональная стрижка собак, кошек. Доступные цены. Звоните!
Контактная информация · +375 (29) 920-22-21 · пн-вс 9:00-20:00 · Гомель

2 **Стрижка собак в Гомеле / glamyr.deal.by**
glamyr.deal.by/Стрижка-собак реклама
Июнь, июль, август каждую среду скидка 10% на полный комплекс. Звоните!
Контактная информация · +375 (29) 105-88-55 · пн-вс 10:00-20:00 · Гомель

3 **Стрижка животных в Гомеле. Предложения услуг на...**
mozarekama.by > Гомель/стрижка_животных/ +
Стрижка и тримминг собак, стрижка кошек без наркоза, клеймение собак профессиональной машинкой, вязка собак всех пород.

4 **Стрижка собак в Гомеле | ВКонтакте**
vk.com > gomeलगroom +
 Профессиональный груминг собак в центре Гомеля.

5 **Услуги. Стрижка собак и кошек в Гомеле**
lubimka.by > uslugi.html +
Стрижка собак – услуга, пользующаяся большой популярностью у посетителей нашего зоосалона.

6 **Груминг салон стрижки собак и кошек в Гомеле**
gruming-service.by +
Груминг салон премиум класса в центре Гомеля по цене обычного. Удобное расположение, приветливый персонал и эксклюзивные корма.
Гомель, Беларусь, Гомель, улица Жарковского, 4А · +375 29 920-22-21

7 **Стрижка собак и кошек в Гомеле (возможен выезд) | OK.RU**
ok.ru > group52297320300729 +
14 июл 2014. Стрижка собак и кошек в Гомеле (возможен выезд). Мои координаты: тел. (029) 194 26 08 ул. Роцинская 39 (Сельмаш) график работы гибкий...

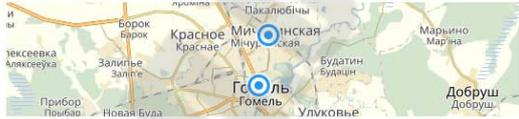
8 **Стрижка Собак в Гомель - OLX.by**
Гос. лицензия для животноводов, а также другие услуги для домашних животных.

9 **Купить перчатку True Touch! / yandexshop.by**
Всё для питомцев Корма для кошек и собак Распродажа
yandexshop.by/Перчатка-True-Touch реклама
Перчатка для вычесывания шерсти у собак и кошек True Touch. Звоните!
Контактная информация · +375 (29) 604-11-33 · пн-вс 9:00-21:00

10 **Стрижка профессиональная собак clipper pet cat**
Станки и оборудование Новые товары Для детей Поставщики
russian.alibaba.com/Оптовая-профессионал... реклама
Надежные продавцы со всего мира! Выгодные условия участия. Присоединяйтесь!

Вместе с «стрижка собак» ищут:
стрижка кошек стрижка йорка
зоосалон стрижка животных
стрижка шпидца подстричь собаку
подстричь йорка стрижка кошек на дому
парикмахерская для собак стрижка пуделя

1 2 3 4 5

Стрижка собак в Гомеле
Яндекс.Карты


Стрижка собак всех пород
улица Свиридова, 15, Беларусь, Гомель 

Зоомагазин и зоосалон Пижон
улица Свиридова, 15, пом. 2, Беларусь, Гомель
⌚ до 16:00 

Груминг салон Cats & Dogs
улица Жарковского, 4А, Беларусь, Гомель
⌚ до 20:00 

Яндекс.Карты

Нашлось 25 млн результатов
58 тыс. показов в месяц

Рис. 8.1. Выдача (ТОП-10) по запросу пользователя «Стрижка собак».

Предварительно можно сказать, что конкуренция по данному запросу в Гомеле достаточно высокая. В поиске присутствует 25 млн. страниц, хотя запросов пользователей через интернет на много меньше (рис. 8.3).

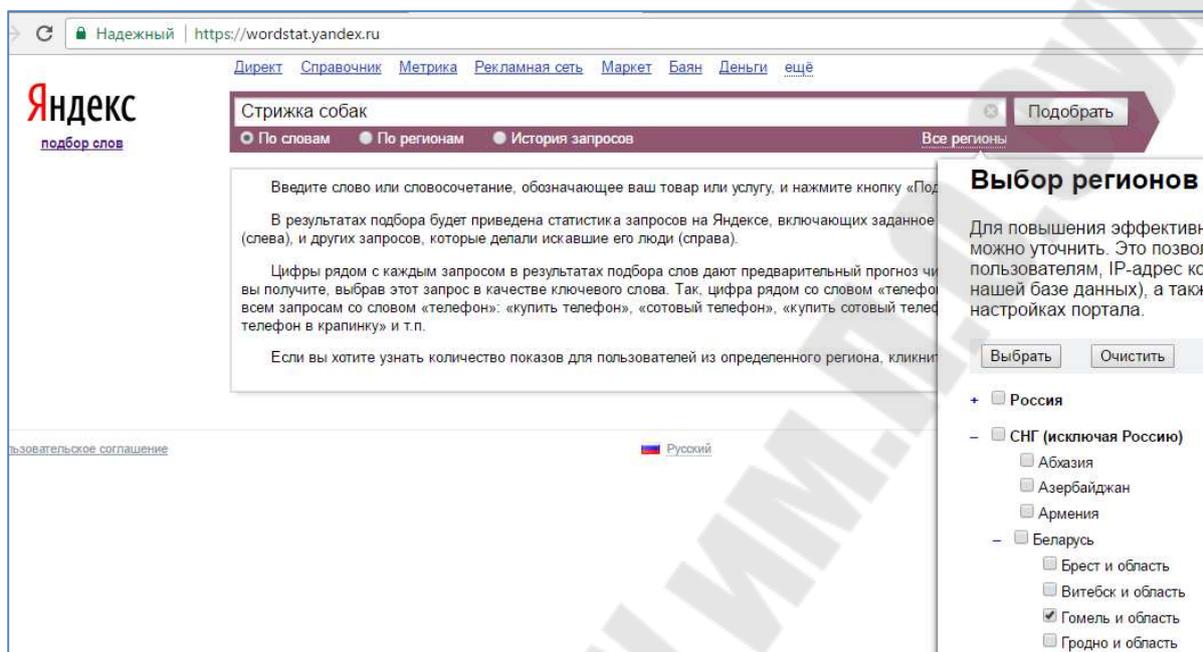


Рис.8.2. Настройка сервиса wordstat.yandex.ru.

Выдача: приблизительно 342 пользователя г.Гомеля и области в месяц ищут через интернет данную услугу.

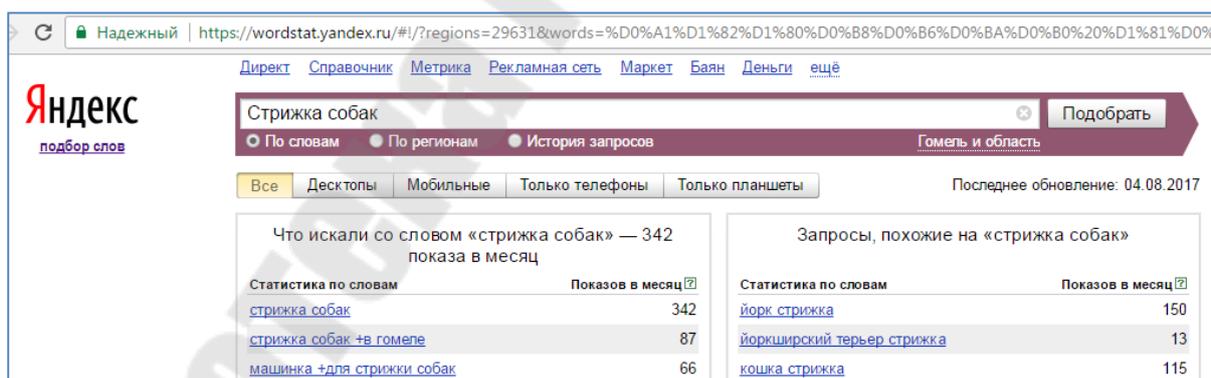


Рис.8.3. Настройка сервиса wordstat.yandex.ru

В выдаче (рис. 8.1) помимо платной рекламы, присутствуют: две группы из социальных сетей (VK.com, OK.ru), два частных сайта, четыре доски объявлений (moyareklama.by, olx.by, slanet.by, kufar.by), один каталог (tam.by), торговый портал (deal.by),

ссылка на Яндекс.Карты (maps.yandex.by), а также справа выводятся зарегистрированные сайты в Яндекс.Справочнике.

Благодаря данной информации, сайт можно зарегистрировать: в каталоге, создать группы в тех же социальных сетях, а также досках объявлений, если он еще там не зарегистрирован.

Даже если ваш сайт не в первой десятке, он может также выходить в ТОП благодаря регистрации в Яндекс.Справочнике.

Если поисковая система не определила вашего местоположения, то необходимо к запросу добавить интересующий вас регион, например «стрижка собак Гомель» или «стрижка собак в Гомеле».

Если при указанном регионе выходят не белорусские, а российские сайты (например, мы рассматриваем Гомельскую область), т.е. сайты-конкуренты отсутствуют, то это может означать:

а) на данную услугу или товар нет спроса. При этом сайт, либо страница вашего сайта может быть в ТОП, но посещаемость будет нулевой.

б) данная услуга или товар - новая и о ней еще не знают;

в) плохая оптимизация сайтов.

Необходимо отметить, что количество сайтов в выдаче (ТОП) может меняться, т.к. это зависит от настроек поиска пользователя. Также, может меняться сама выдача, т.к. поисковики ориентируются на то, что больше всего пользователь набирает.

От настроек и расположения хостинга, выбранного тарифного плана – частично зависит скорость загрузки страницы, что в свою очередь влияет на поведенческие факторы пользователя. Скорей всего пользователь покинет сайт, у которого долго грузится страница, соответственно страница данного сайта понизится в поиске.

Что можно взять для своего web-ресурса на вооружение после проведения анализа сайтов-конкурентов?

- ключи НЧ и СЧ запросов;
- контент, предварительно переработав его до уникальности (реерайт);
- зарегистрировать ресурс там, где зарегистрирован конкурент, если этот ресурс полезный;
- внедрить как у конкурента, форму подписки, push-уведомления, элементы юзабилити, идею или стратегию;
- зарегистрировать группы в соцсетях;
- заказать адаптивный дизайн, если он неадаптивный;
- расположить социальные кнопки для лайков, репостов, замков;

- позаимствовать наиболее удачную оптимизацию url-страниц;
- дать объявление на тех же досках объявлений, где и конкурент.

Выполнение первой части задания:

1. Выберите тематику, по которой продвигается ваш виртуальный, либо настоящий сайт.
 2. Определите ключевой запрос (один).
 3. Выявите по нему в любом из поисковиков сайты-конкуренты в первой десятке (ТОП, выдаче) **из своего региона**.
 4. С помощью сервиса pr-cy.ru (2ip.ru или др.) сделайте анализ сайта, определив параметры в *таблицу 8.1*.
- Следующий этап анализа производится с помощью специальных вспомогательных сервисов (см. ниже).

Таблица 8.1. Сбор данных сайтов-конкурентов по запросу.

№ п/п	Название сайта-конкурента	Яндекс ТИЦ	Яндекс Каталог	Колич. страниц в Яндекс	Колич. страниц в Google	Колич. ссылок*	Возраст сайта	Хостинг	Трафик	cms
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1										
2										
3										
....										

*п.9: количество ссылающихся сайтов.

Контрольные вопросы к первой части задания:

Ответьте на вопросы из полученных данных (табл.1):

1. Являются ли гарантом посещаемости для сайта значения ТИЦ, Яндекс Каталог, возраст (если таковы есть)?
2. Большая ли посещаемость в ТОП по вашему запросу?
3. Сколько посетителей приходится на каждую страницу? Удовлетворит ли вас такая посещаемость?
4. Является ли гарантом для нахождения в ТОП-1 наибольшее количество обратных ссылок на сайт?
5. Есть ли у конкурентов обратные ссылки из зоны ru и помогают ли они в продвижении?
6. Содержится ли в домене (url-страницы) сайтов-конкурентов ключ запроса.

7. Есть ли в выдаче синонимы запроса?
8. Есть ли у поисковых систем предпочтение в выдаче sms?
9. Страна датацентра (хостинга) сайтов-конкурентов?

Пояснения к выполнению работы второй части задания

Проверить сайт на адаптивность можно с помощью встроенной в браузерах функции для web-мастеров, специальными сервисами, в аккаунтах Яндекса и Google, куда добавлен сайт.

Если сайт не адаптивен, то сайт понижается в выдаче для мобильных устройств поисковыми системами.

Отсутствие SSL-сертификата (защищенное соединение) у сайтов, которые собирают данные о пользователях, также понижает сайт в выдаче (правило введено поисковой системой Google).

SSL-сертификат выглядит так, например <https://yandex.by>

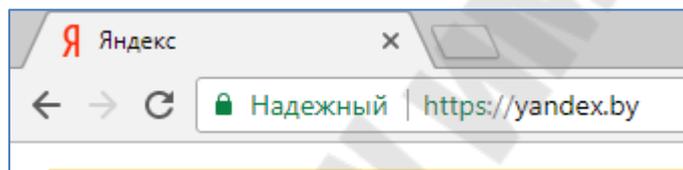


Рис. 8.4. SSL-сертификат у Яндекса.

Выполнение второй части задания:

1. Выберите для следующего анализа один любой сайт из полученной десятки.
2. Выберите на этом сайте страницы: главную и любую другую.
3. Определите название страницы (title) и описание (description).
4. Определите ключевые слова, по которым продвигается сайт или страница (ВЧ, СЧ, НЧ).
5. Определите, соответствует ли описание в title тексту на странице.
6. Определите количество знаков в тексте и его уникальность.
7. С помощью сервиса обратных ссылок Linkpad.ru, проанализируйте качество и количество обратных ссылок.
8. Проанализируйте качество и количество обратных ссылок сайта по названию компании или домену с помощью поисковых систем.

9. Проверьте сайт на адаптивность, юзабилити и наличие SSL-сертификата.

10. Выявите 3 аналога сайта из чужого региона (Минск, Москва, Санкт-Петербург).

Внесите данные в *таблицу 8.2*.

Таблица 8. 2. Анализ страниц сайта-конкурента.

Название сайта		1. Index.php	2. Вторая страница
title			
description			
Ключевик			
	ВЧ		
	СЧ		
	НЧ		
Текст на странице:			
	Колич. знаков		
	Уникальность		
h1-h6, , <i>, <p>			
Колич. обратных ссылок, Linkpad			
Колич. обратных ссылок, Яндекс, Google			
Юзабилити			
Адаптивность			
SSL-сертификат			
Аналоги сайта			

Контрольные вопросы ко второй части задания:

1. Оцените оптимизацию страниц данного сайта и его перспективы в продвижении и посещаемости.

2. Что из полученных данных вы сможете использовать для вашего сайта?

4. Если никто из сайтов-конкурентов не использует SSL-сертификат, стоит ли его внедрять?

Лабораторная № 9

Тема: Оптимизация групп в соцсетях.

Цель работы: Научиться оптимизировать группы в соцсетях.

Теоретические сведения

Всё большую конкуренцию сайтам и порталам составляют социальные сети. Поэтому у пользователей возникают вопросы: в каких сетях создавать группы и как их оптимизировать?

В первую очередь необходимо наблюдать, какие группы выходят по вашему запросу в ТОП, там же и создавать группы.

При этом нельзя копировать название группы и описание один в один, а придумать своё. Например, аналогом запроса «стрижка собак в Гомеле» будет «стрижка собак в Гомеле недорого».

Чаще всего в Яндексе при запросах выходят такие группы из социальных сетей, как (рис. 9.1): ВКонтакте (VK.com), Одноклассники (OK.ru). В Google: Youtube (youtube.com), Google+ (plus.google.com), VK.com и др.

Все обуславливается тематикой, спросом и алгоритмами поисковых систем, которые часто меняются.

Группы в социальных сетях также надо оптимизировать. Требования к оптимизации в группах примерно такие же, как и к сайтам:

- наличие возраста, т.е. скорей всего от 1 года и выше;
- правильная оптимизация: заголовок и описание группы;
- переходы и ссылки на группы.

При этом основной контент из групп не индексируется поисковиками. Но, могут индексироваться картинки, заголовки и описание групп, мелкие незначительные элементы. Поисковиками могут быть видимы ссылки в комментариях, но учитываться они не будут. Однако переходы из социальных сетей на конкретный сайт, влияют для него положительно.

Все зависит от настроек и правил конкретной социальной сети.

Хорошим источником трафика служит видеохостинг Youtube и пр. Видео также необходимо оптимизировать, т.к. оно также конкурирует в поиске Яндекса и Google.

Рассмотрим пример, какие группы выходят при запросе «Стрижка собак» в Гомельском регионе. При вводе данного запроса в Яндекс, выходят две группы: ВКонтакте и Одноклассники (рис. 9.1.).

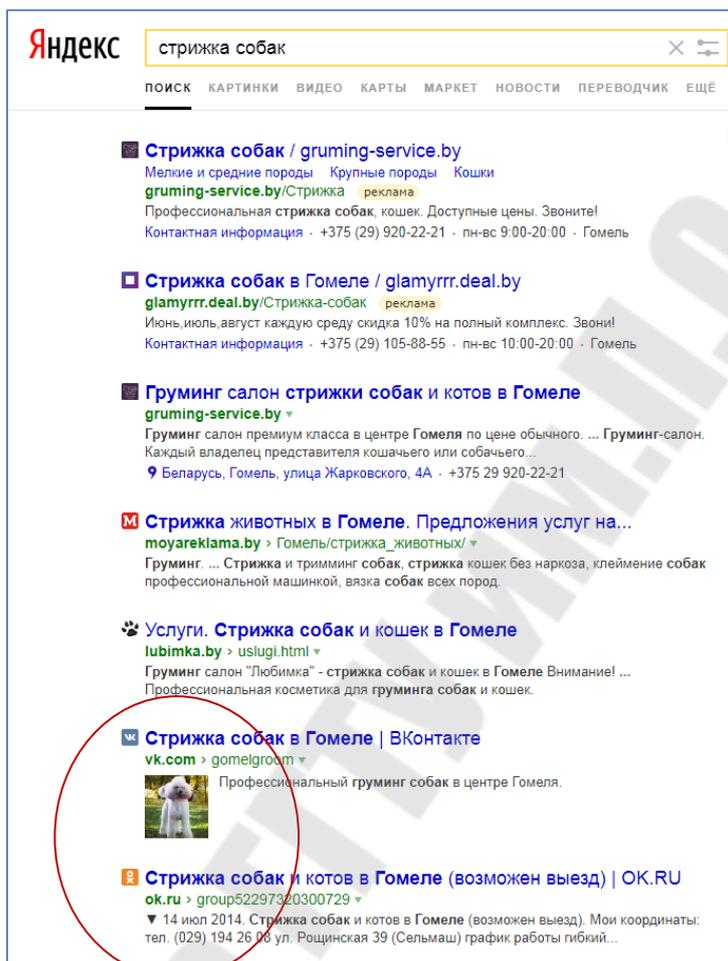


Рис. 9.1. Выход в ТОП VK.com и OK.ru по запросу «стрижка собак» (Гомель).

Если перейти из поисковика в группу «Стрижка собак в Гомеле» VK.com (группе более двух лет), то в шапке группы можно увидеть описание (рис. 9.3, 9.4.), которое выводится поисковой системой возле заголовка в ТОП: «Профессиональный груминг собак в центре Гомеле» (рис. 9.1, 9.2).

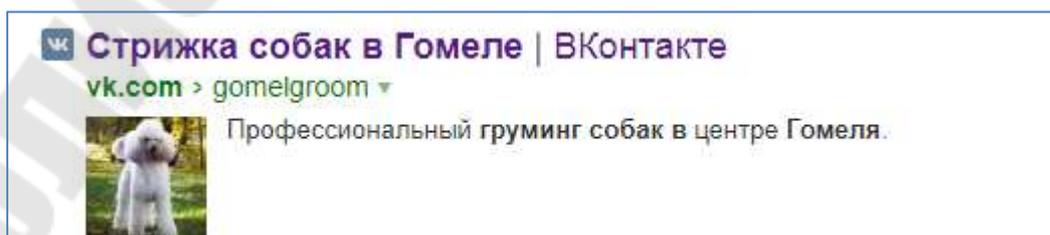


Рис. 9.2. Вывод заголовка и описания группы ВКонтакте в поиске Яндекса.

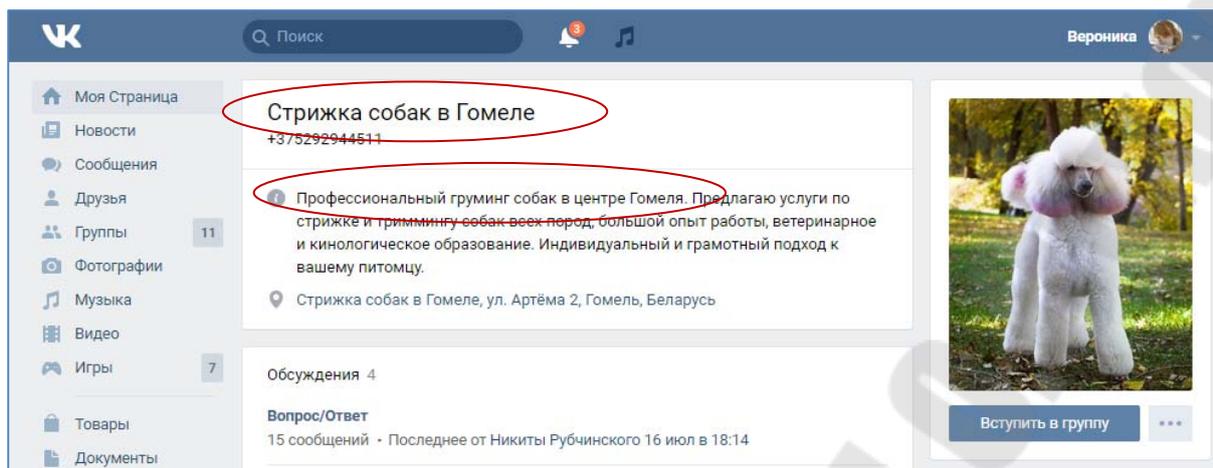


Рис. 9.3. Заголовок и описание группы в ВК.

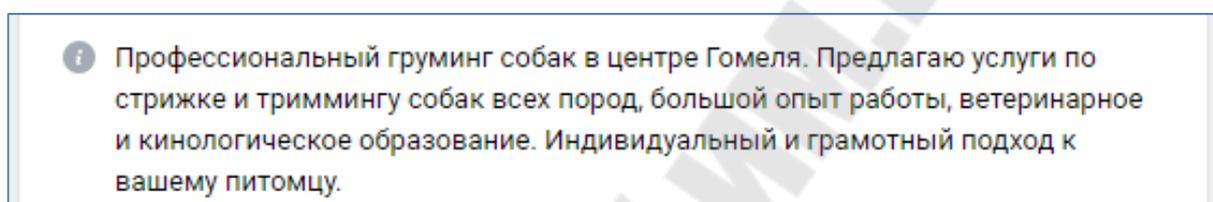


Рис. 9.4. Подробное описание группы.

«**Стрижка собак в Гомеле**» – это аналог у сайта метатега title (оптимизация заголовка для браузера)

«**Профессиональный груминг собак в центре Гомеля. Предлагаю услуги...**» - это аналог у сайта description, либо контента на странице.

Выделенная фраза поисковой системой «груминг собак» является синонимом «стрижка собак».

Основная информация	
Название:	<input type="text"/>
Описание сообщества:	<input type="text"/>

Рис. 9.5. Заполнение форм при создании сообщества в ВК.

Если же перейти из поисковика в группу Одноклассников (группе более двух лет), то описание, в данном случае, находится в закрепленном посте (рис. 9.7.)

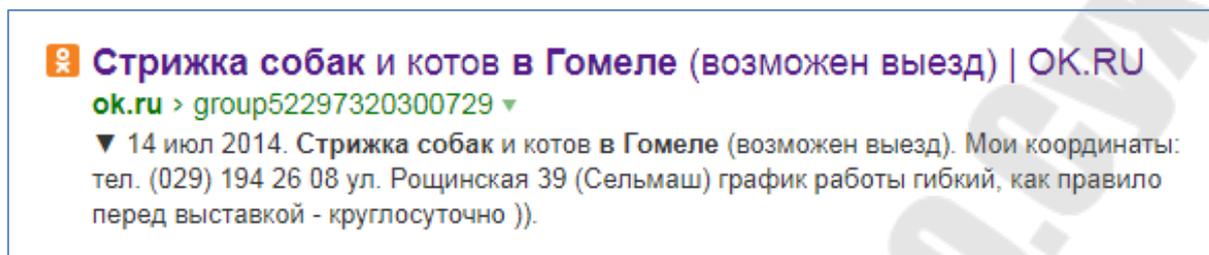


Рис. 9.6. Заголовок и описание из поисковой системы (рис.9.1).

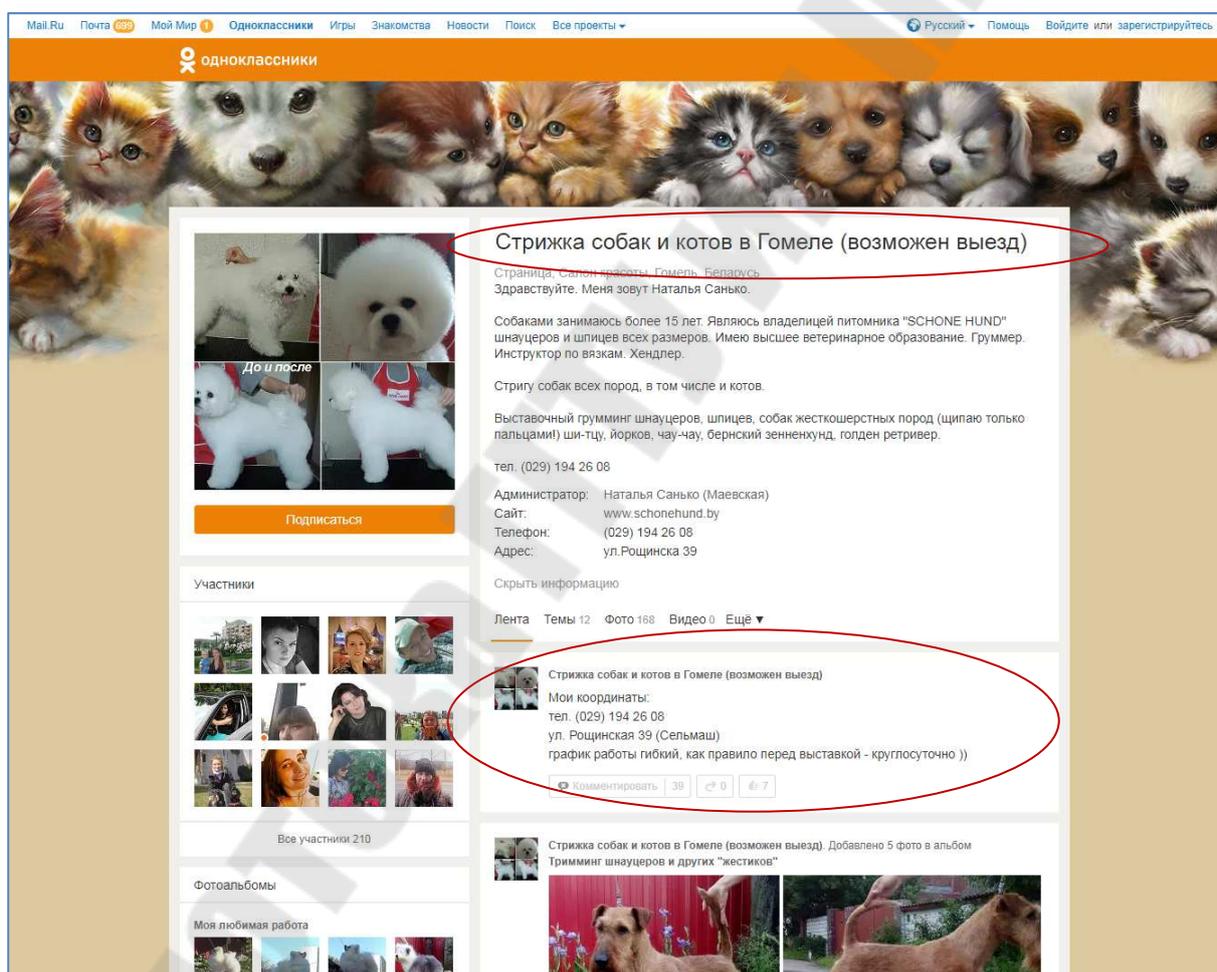


Рис. 9.7. Заголовок и описание группы в Одноклассниках.

Аналогична оптимизация на Youtube. При добавлении видео раскрывается возможность оптимизации: заполнения заголовка (title) и описания видео (description).

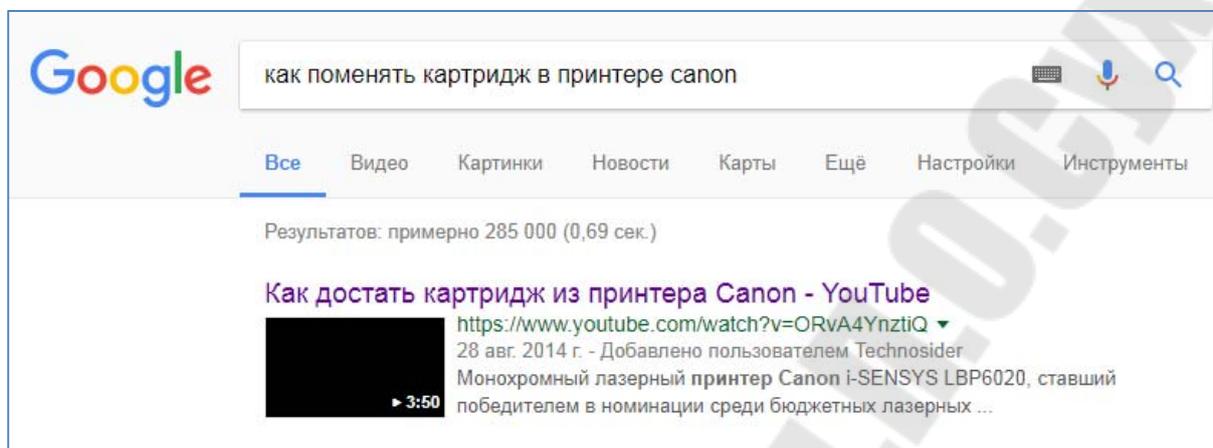


Рис. 9.8. Выдача в Google по запросу «Как поменять картридж ...».

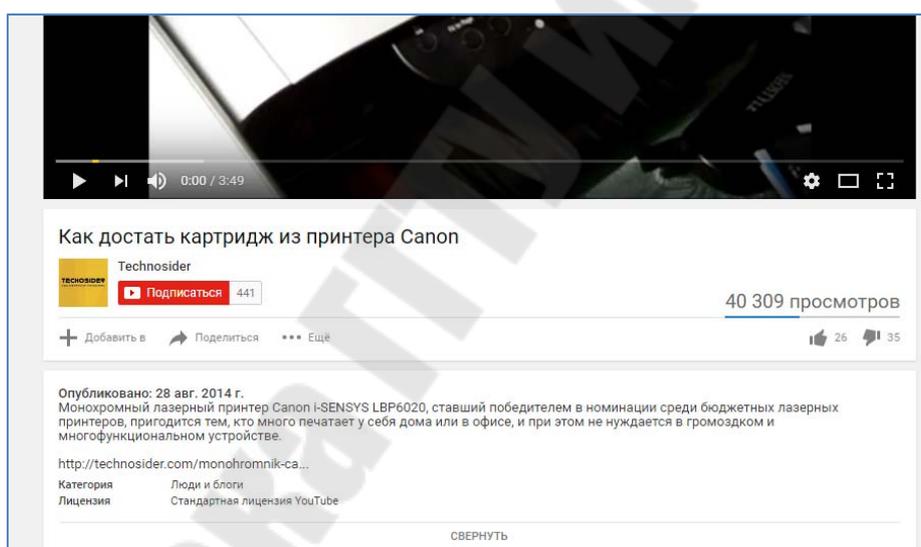


Рис. 9.9. Оптимизация видео.

«Как достать картридж из принтера Canon» - заголовок (title).

«Монохромный лазерный принтер Canon i-SENSYS LBP6020, ставший победителем в номинации...» - описание (description, контент).

Поисковая система Google посчитала «достать картридж» - аналогом действия «заменить».

Заголовки групп необходимо подбирать также правильно, как и к веб-страницам сайта, чтобы быть не просто в ТОП, но и чтобы этот запрос был востребован. Например, зоосалоны для животных продвигаются по запросу «стрижка собак», а не «стрижка животных», т.к. пользователи не набирают данный запрос.

Пример 1. Неправильный вариант для заголовка «Стрижка животных»:

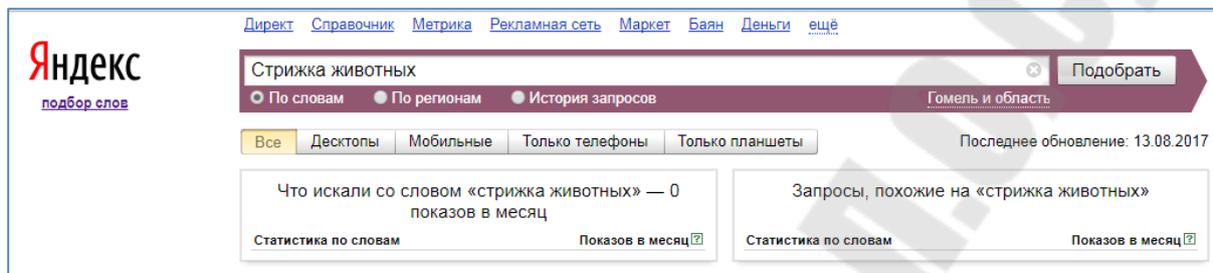


Рис. 9.10. Количество запросов в месяц по запросу «Стрижка животных».

Правильный вариант для заголовка «Стрижка собак»:

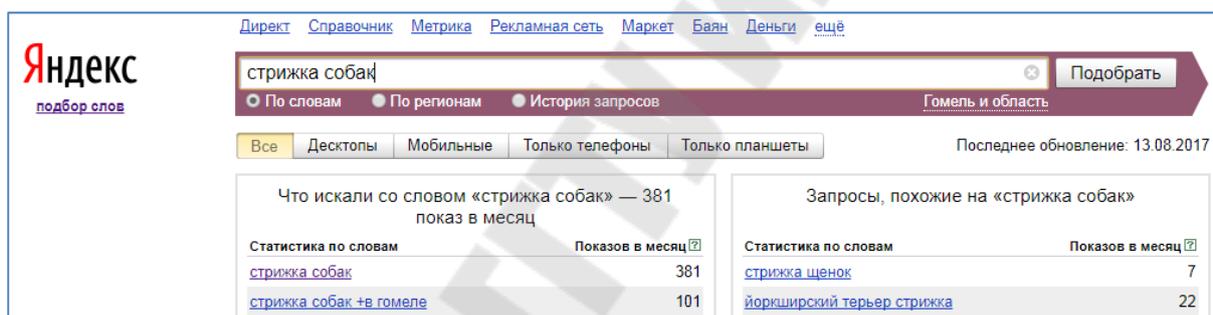


Рис. 9.11. Количество запросов в месяц по запросу «Стрижка собак».

Задание:

1. Создать и оптимизировать группу в социальной сети.
2. Проставить ссылку из созданной группы в социальной сети на ваш сайт.

Пояснения к выполнению работы:

1. Авторизуйтесь в социальной сети, если у вас нет аккаунта, то зарегистрируйтесь.
2. Создайте в ней группу и оптимизируйте её. Если это видеохостинг – оптимизируйте видео.
3. При создании групп воспользуйтесь поиском с помощью поисковых систем: «как создать группу в ..».

4. Пояснение к созданию групп:

Создание группы в ВКонтакте

Чтобы создать группу (сообщество) в ВКонтакте, необходимо:

- а) Перейти на своей странице в раздел «Группы».
- б) Нажать кнопку «Создать сообщество» (рис. 9.12).

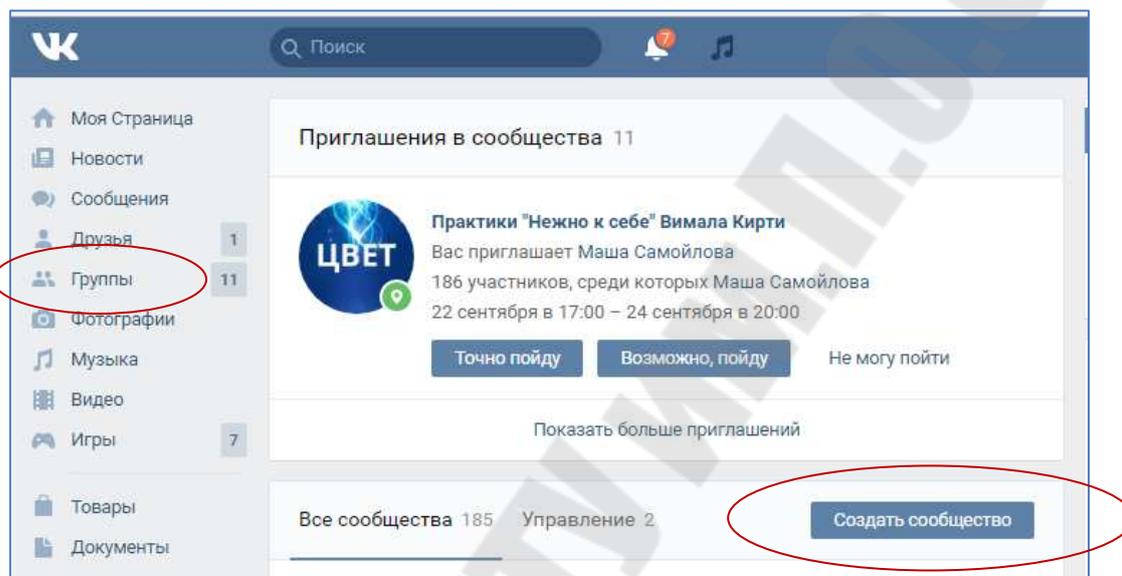


Рис. 9.12. Создание группы в ВКонтакте.

в) Заполнить в форме предлагаемые поля (рис. 9.13):

The image shows a screenshot of the 'Основная информация' (Basic information) form for creating a VKontakte group. The form has the following fields and options:

- Название: (Name) - an empty text input field.
- Описание сообщества: (Community description) - a larger empty text area.
- Тип группы: (Group type) - 'Открытая' (Open).
- Обложка сообщества: (Community cover) - 'Загрузить' (Upload).
- Адрес страницы: (Page address) - 'https://vk.com/club151634636'.

Below the address field, there is a note: 'Вы можете создать наклейки для Вашего сообщества, добавив странице короткий адрес.' (You can create stickers for your community by adding a short address to the page). At the bottom of the form is a blue button labeled 'Сохранить' (Save).

Рис. 9.13. Заполнение полей формы.

Создание группы в Одноклассниках

Чтобы создать группу в Одноклассниках, необходимо:
Перейти на своей странице в раздел «Группы». Справа нажать на вкладку «Создать группу или мероприятие».

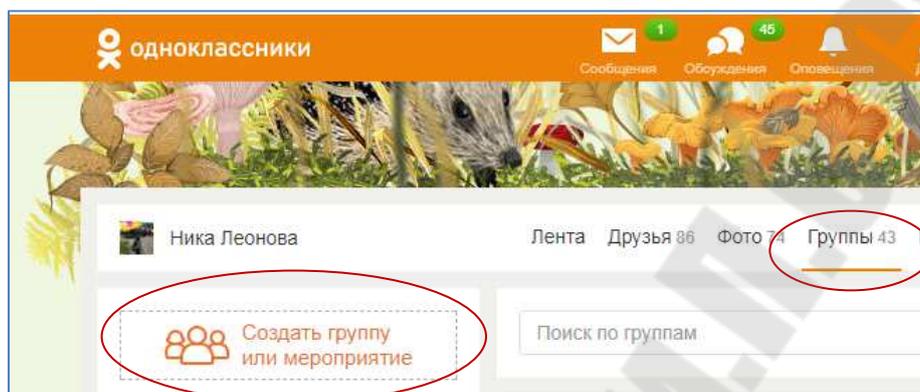


Рис. 9.14. Создание группы в Одноклассниках.

Далее, заполнить предлагаемые поля в форме:

Рис. 9.15 Заполняемые поля при создании группы в Одноклассниках.

Оптимизация видео на YouTube

Для того чтобы оптимизировать видео на YouTube необходимо:

а) Авторизоваться в Google и перейти на вкладку «YouTube».

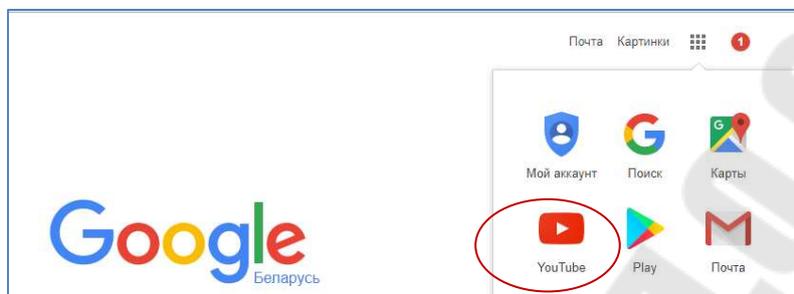


Рис. 9.16. Сервисы Google.

б) Добавить видео.

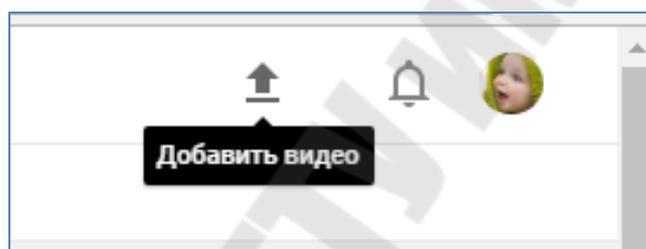


Рис. 9.17. Добавление видео.

в) Нажать на свою иконку (аватар) и перейти в раздел «Творческая студия».

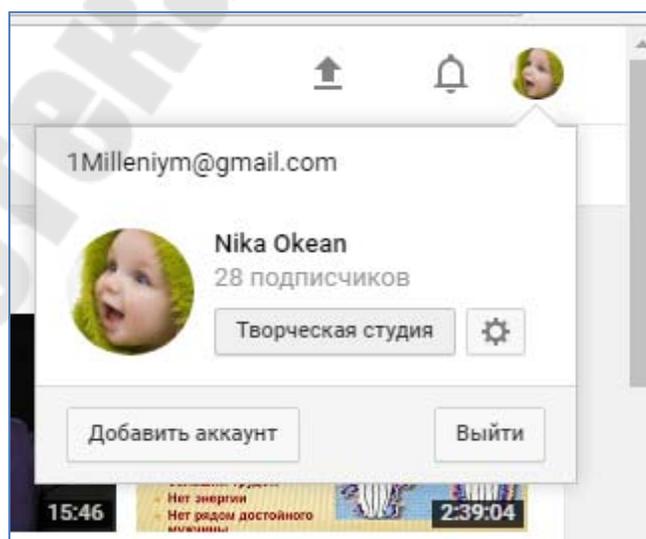


Рис. 9.18. Переход в Творческую студию.

г) Перейти на загруженное видео, нажав вкладку «Изменить».

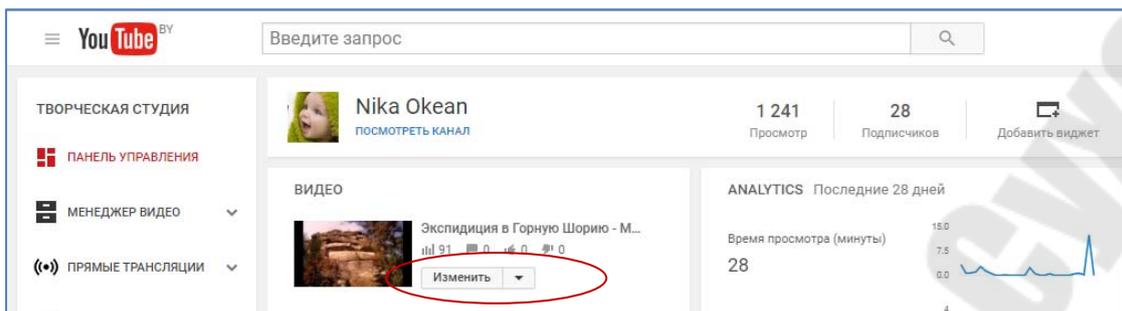


Рис. 9.19. Раздел изменения видео.

Изменить, либо скорректировать раскрывшуюся форму.

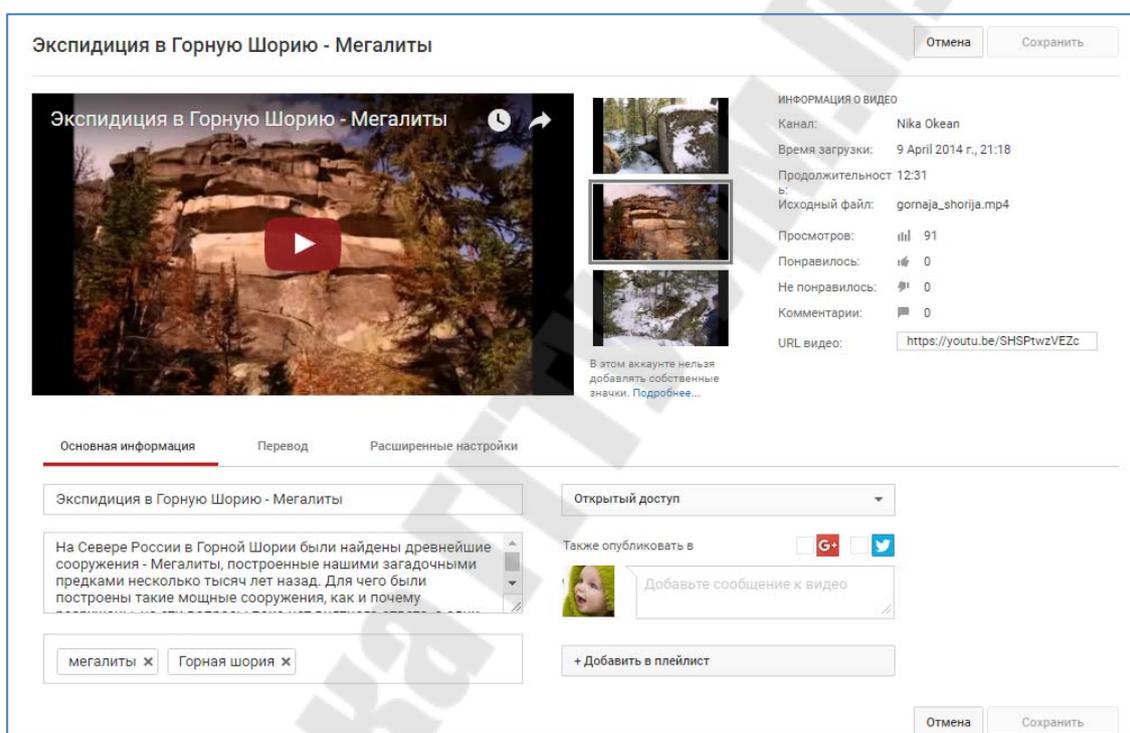


Рис. 9.20. Добавление видео.

Если аккаунт личный, то предварительно можно создать отдельный канал и загружать видео туда.

Контрольные вопросы:

1. Зачем создавать группы в соцсетях?
2. Какие поля при заполнении группы (видео) надо оптимизировать?
3. В каких соцсетях имеет смысл создавать группы и почему?

Лабораторная № 10

Тема: Файл `htaccess`

Цель работы: Научиться использовать файл `htaccess`.

Теоретические сведения

Файл имеет название именно "точка" `htaccess`.

`.htaccess` — файл дополнительной конфигурации веб-сервера Apache, а также подобных ему серверов. Позволяет задавать большое количество дополнительных параметров и разрешений для работы веб-сервера в отдельных каталогах (папках) без изменения главного конфигурационного файла.

Директивы этого файла действуют на все файлы в текущем каталоге и во всех его подкаталогах (если эти директивы не переопределены директивами нижележащих файлов `.htaccess`).

Как правило, подавляющее большинство хостеров разрешают использовать свои файлы `.htaccess`.

Наиболее часто используемые возможности данного конфигурационного файла:

- **авторизация, аутентификация.** Файлы `.htaccess` часто используются для указания ограничений конкретной директории.
- **редиректы.** Возможность различных перенаправлений.
- **изменение URL-адресов.** Серверы используют `.htaccess` для изменения длинных, излишне сложных URL-адресов на короткие и легко запоминающиеся.
- **контроль кеша.** Файлы `.htaccess` позволяют серверу контролировать кеширование веб-браузерами и кеширующими прокси для уменьшения использования полосы, загрузки сервера и лагов.
- **изменение опций веб-сервера и его плагинов.** Некоторые веб-серверы допускают изменение опций через `.htaccess`, например, опций PHP-плагина.

Больше информации по документации файла `.htaccess` можно посмотреть на сайте <http://httpd.apache.org> (английская версия).

Для *рукописного* сайта файл `.htaccess` можно создать, используя программу «Notepad++», «Блокнот» и пр. Последующая запись в файле прописывается через строку.

Примеры наиболее частого использования файла `htaccess`.

Редирект через `.htaccess`:

Перенаправление на собственную страницу ошибки 404.

Абсолютно каждый сайт, блог или форум должен иметь в наличии собственную страницу 404 ошибки. Чтобы сделать перенаправление на собственную страницу ошибки, необходимо открыть файл `.htaccess`, который располагается в корневой папке на хостинге и внести в него следующие строчки:

```
ErrorDocument 404 http://vash-sait.by/404.html
```

– для страницы расположенной в корне сайта.

Осуществление перенаправления на новые страницы сайта

Если на сайте были перемещены страницы на новые адреса, то пользователь или поисковый робот, обратившись по старому адресу, наверняка их не увидит. Чтобы склеить старый и новый адреса страницы можно применить простой 301 редирект. Для этого в файле конфигурации `htaccess` необходимо прописать следующий код:

```
Redirect 301 /staraya.html http://vash-sait.by/novaya.html
```

301 редирект с одного домена на другой

Необходимо добавить в файл `.htaccess`, который находится в папке сайта, с которого необходимо производить редирект, следующие строки:

```
RewriteEngine On  
RewriteCond %{HTTP_HOST} vash-sait.by  
RewriteRule (.*) http://new-site.ru/$1 [R=301,L]
```

где:

`vash-sait.by` — домен, с которого происходит редирект;
`new-site.by` — домен, на который происходит редирект.

Перенаправление домена с www на без www

Очень часто приходится использовать 301 редирект в `htaccess` для склеивания доменов с `www` и без `www`. Раньше поисковые системы считали такие адреса совершенно различными и смотрели на них как на разные сайты. Сегодня задача по склейке возлагается на поискового робота, но никогда не лишним будет указать корректное зеркало.

```
Options +FollowSymLinks
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www.vash-sait\.by$ [NC]
RewriteRule ^(.*)$ http://vash-sait.by/$1 [R=301,L]
```

Переадресация домена без www на домен с www

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{HTTP_HOST} ^vash-sait.by
RewriteRule (.*) http://www.vash-sait.by/$1 [R=301,L]
```

Редирект с https на http

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{SERVER_PORT} ^443$ [OR]
RewriteCond %{HTTPS} =on
RewriteRule ^(.*)$ http://vash-sait.by/$1 [R=301,L]
```

Редирект с http на https

Чтобы ваш сайт всегда открывался по безопасному `https://` протоколу, необходимо настроить переадресацию с `http://` на `https://`. В этом случае даже если посетитель вашего сайта наберёт в строке браузера путь `vash-sait.by`, браузер его автоматически перенаправит на безопасный протокол `https://vash-sait.by`.

Для настройки переадресации необходимо добавить в файл `.htaccess` (или в `web.config`, если у вас хостинг Windows) специальное правило.

Файл `.htaccess` и `web.config` должны быть расположены в каталоге сайта. Если файлов не существует, просто создайте их.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<configuration>
  <system.webServer>
    <rewrite>
      <rules>
        <rule name="Redirect to https"
stopProcessing="true">
          <match url="(.*)" />
          <conditions>
            <add input="{HTTPS}"
pattern="off" ignoreCase="true" />
            <add input="{HTTP_HOST}"
pattern="^domain\.ru" />
          </conditions>
          <action type="Redirect"
url="https://{HTTP_HOST}{REQUEST_URI}"
redirectType="Permanent" />
        </rule>
      </rules>
    </rewrite>
  </system.webServer>
</configuration>
```

Задание:

Выберите для себя соответствующий вариант:

Для рукописного сайта:

1. Создайте файл `.htaccess`
 2. Пропишите команду перенаправления вашего домена без `www` на `www`.
 3. Создайте страницу ошибки 404.
 4. Пропишите в файле `.htaccess` команду перенаправления пользователя на данную страницу в случае ошибки.
- Проверьте результат.

Работа с файлом `.htaccess` на cms Joomla

1. Измените файл `htaccess.txt` в `.htaccess` (`vash_site/htaccess.txt`).
2. В панели управления выставите настройки на формирования человекоподобных `url`-страниц.
3. Пропишите в файле `.htaccess` команду перенаправления вашего домена без `www` на `www`.

Работа с панелью управления хостингом

Ознакомиться с возможностью перенаправлений на хостинге.

Пояснения к выполнению работы:

Для рукописного сайта:

1. Создание файла `.htaccess` для рукописного сайта:
 - открываем программу «NotePad++»;
 - создаем файл с нужными командами. Последующую команду прописываем через строку.
 - присваиваем файлу имя «`.htaccess`».
2. Располагаем его на хостинге в корне вашего сайта
`vash_site/.htaccess`

Работа с файлом `.htaccess` на cms Joomla (джумла):

1. Переименуйте файл `htaccess.txt` в `.htaccess` (`site.by/htaccess.txt`). Это можно сделать прямо на хостинге, либо выкачать файл на компьютер, изменить его в «NotePad++» и закатать на сервер в корень сайта.

Без файла `.htaccess` невозможно будет оптимизировать url-страницы на данном сайте в комбинации с панелью управления.

2. Переходим в панель управления сайтом Joomla по адресу `http://mystart.by/administrator/`:

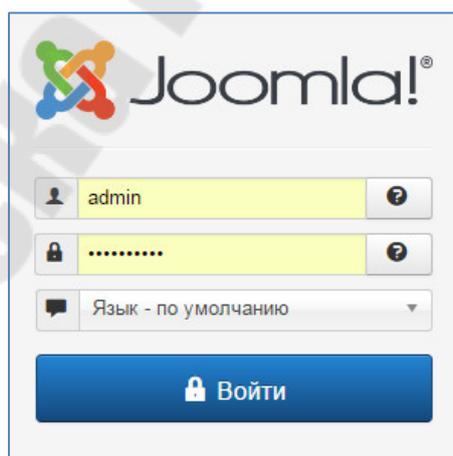


Рис.10.1. Авторизация в Джумла.

3. Авторизуемся, вводим логин и пароль и переходим в раздел «Система/ Общие настройки»:

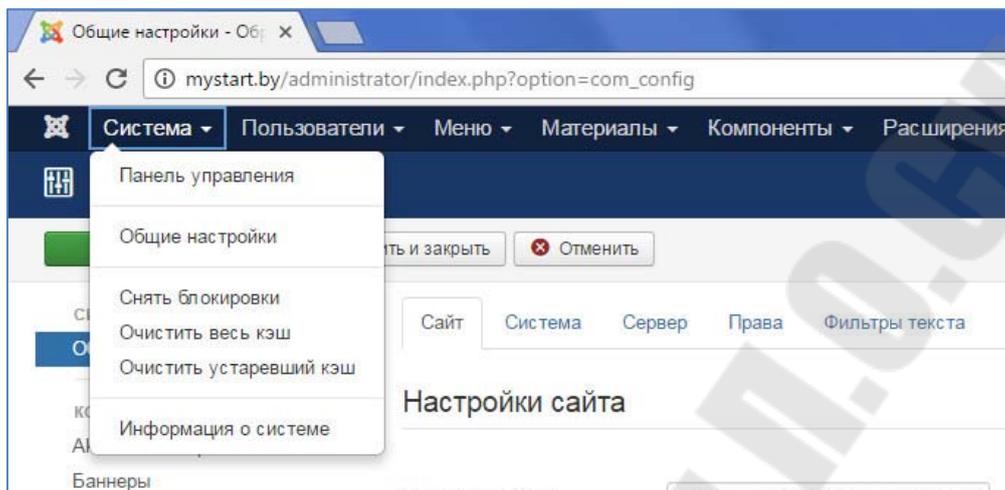


Рис.10.2. Переход в панели управления в раздел «Общие настройки».

В сегменте «SEO» выставляем следующие настройки:



Рис.10.3. Установка настроек ЧПУ.

Данные настройки означают:

а) «Включить SEF» (ЧПУ - человекопонятный url) в положение «да».

Допустим, изначально ссылка выглядела так (при «нет»):
`site.by/index.php?option=com_content&view=article&id=45:joomla-community-portal&catid=1:latest-news&Itemid=50`

При «да» - ссылка стала человекопонятной:

`site.by/index.php/the-news/45-joomla-community-portal`

б) Поставить «Перенаправление URL» в положение «да», делает ссылку еще короче, удаляет сегмент `index.php`, который генерируется на каждой странице:

`site.by/the-news/45-joomla-community-portal`

в) Поставить «Добавить суффикс к url» в положение «да», прибавляет суффикс к url «html»:

`site.by/the-news/45-joomla-community-portal.html`

4. Пропишите в файле `.htaccess` команду перенаправления вашего домена без «www» на «www»:

а) Впишите команду в файле `site.by/.htaccess` прямо на сервере.

б) Скачайте файл на компьютер, откройте в «NotePad++», впишите команду, сохраните и перезапишите файл на хостинге.

5. Пропишите в файле `.htaccess` команду перенаправления на вашу страницу ошибки.

а) Создайте материал с алиасом `404.html`

б) Пропишите в файле `.htaccess` команду `ErrorDocument 404/404.html`

Сохраните и проверьте результат.

Работа с панелью управления хостингом

Ознакомьтесь с возможностью перенаправлений на хостинге.

Редиректы через панели управления: cPanel и ISPmanager 4

cPanel. Перенаправление на другой домен.

В разделе «Домены» выберите пункт «Перенаправления»:



Рис.10.1. Меню хостинга-cPanel.

Выберите тип редиректа, в выпадающем списке выберите домен и пропишите адрес назначения редиректа (вместе с http:// или https://) :

Добавить перенаправление:

Постоянное перенаправление уведомляет браузер посетителя о необходимости обновить все закладки, связанные с перенаправляемой страницей. Временные перенаправления не обновляют закладки посетителя.

Тип:

http://(www.)? /

Перенаправляет на:

www. Перенаправление: Перенаправлять только с www. Перенаправление с или без www. Не перенаправлять www.

Групповое перенаправление

Рис.10.2. Поля для ввода перенаправлений.

Нажмите «Добавить».

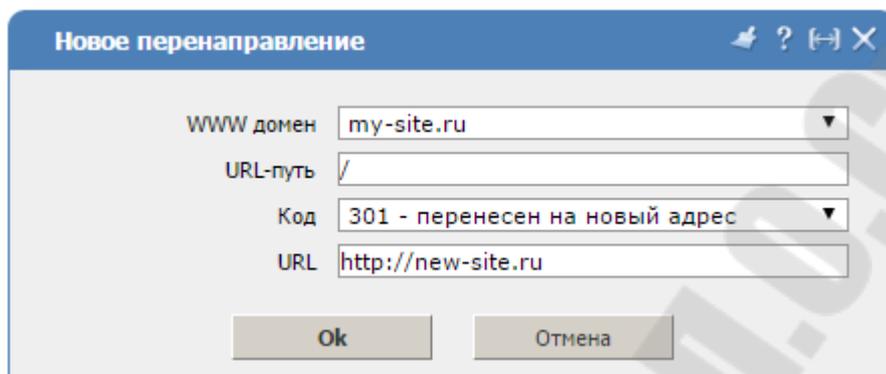
ISPmanager 4

Перейдите в раздел **Редиректы** и нажмите **Создать**:



Рис.10.3. Меню хостинга- ISPmanager 4.

Выберите `www`-домен, для которого настраивается редирект, введите URL-путь, выберите тип редиректа и в поле «url» введите адрес назначения полностью (вместе с `http://` или `https://`) :



Новое перенаправление

WWW домен

URL-путь

Код

URL

Ok Отмена

Рис.10.4. Поля для ввода редиректа.

Нажмите «Ok».

Контрольные вопросы:

1. В какой программе можно создать файл `.htaccess`
2. Наиболее частые случаи использования?
3. Где может располагаться данный файл?
4. Какие редиректы можно создать с помощью панели управления хостингом?

Список использованных источников

1. Документные операторы:
<https://yandex.ru/support/search/query-language/search-operators.xml>
2. Поисковый контекст:
<https://yandex.ru/support/search/query-language/search-context.xml>
3. Как пользоваться операторами поиска:
<https://support.google.com/vault/answer/2474474?hl=ru>
4. Операторы в поисковых запросах:
<https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=ru>
5. Яндекс.Вебмастер <https://webmaster.yandex.ru>
6. Google для веб-мастеров - Google Search Console
<https://www.google.com/webmasters>
7. Что такое sitemaps?: <https://www.sitemaps.org/ru/index.html>
8. Google Analytics: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics
9. Htaccess: <https://ru.wikipedia.org/wiki/.htaccess>
10. Htaccess (русская версия): <http://www.htaccess.net.ru/>
11. Htaccess (английская версия):
<http://httpd.apache.org/docs/trunk/howto/htaccess.html>
12. Как добавить редирект:
<https://www.reg.ru/support/hosting-i-serverny/sajty-i-domeny/kak-dobavit-redirekt/>
13. Ошибка 404. Проверка, настройка, оформление:
<http://disseo.ru/sozдание-bloga/404-oshibka-nastrojka-404.html>
14. Собственная страница ошибок для Джумла:
<https://joomlaforum.ru/index.php/topic,178280.0.html>
15. Как сделать страницу с ошибкой 404?
<http://htmlbook.ru/faq/kak-sdelat-stranitsu-s-oshibkoy-404>

Леонова Вероника Николаевна

ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

Практикум

**по одноименной дисциплине
для слушателей специальности переподготовки
1-40 01 74 «Web-дизайн и компьютерная графика»
заочной формы обучения**

Подписано в печать 28.03.18.

Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».

Ризография. Усл. печ. л. 4,42. Уч.-изд. л. 4,5.

Изд. № 34.

<http://www.gstu.by>

Отпечатано на цифровом дуплекаторе
с макета оригинала авторского для внутреннего использования.

Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П.О. Сухого».

246746, г. Гомель, пр. Октября, 48.