

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
Інститут журналістики  
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
SEO-КОПІРАЙТИНГ  
для студентів

Галузь знань 06 Журналістика  
Спеціальність: 061 Журналістика  
Напрямок підготовки: Реклама і зв'язки з громадськістю, Видавнича діяльність та медіаредагування  
Освітній рівень: бакалавр  
Вид дисципліни: вибору студента

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2020
Семестр	5
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит
Викладачі:	Р. М. Вербовий,

Пролонговано: на 2021/2022 н.р. Р.М. Вербовий (підпис, ПІБ, дата) «31» 08 2021 р.  
на 2022/2023 н.р. Р.М. Вербовий (підпис, ПІБ, дата) «31» 08 2022 р.

Розробники:

**Фомішина О. В.**, асистент кафедри мультимедійних технологій і медіа дизайну

**Грозна О. О.**, асистент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО


Зав. кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

Шевченко В. Е.

Протокол № від «30» серпня 2021 р.

Схвалено науково-методичною радою Інституту журналістики

Протокол від «30» серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної ради Інституту журналістики  (Волобуєва А.М.)

«30» серпня 2021 року

**1. Мета дисципліни** – сформувати у студентів навички написання текстів з урахуванням вимог SEO-оптимізації; дати розуміння принципів роботи сучасних пошуковиків та просування мережевих ресурсів; розвинути уміння популяризації контенту мережевих ресурсів з урахуванням їх тематичного спрямування; навчити використовувати технічні засоби для просування контенту в Мережі.

**2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:**

1. Знати своєрідність збору, обробки та поширення масової інформації в Мережі.
2. Вміти писати матеріали для нових медій, користування мережевими інструментами та технічними засобами виробництва.
3. Володіти елементарними навичками роботи з веб-сторінками.

**3. Анотація навчальної дисципліни:** Курс «SEO-копірайтінг» є вибірковою дисципліною для підготовки фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр» на пряму підготовки «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю», і викладається у 5 семестрі в обсязі 120 годин (4 кредити ECTS). Під час дисципліни студенти отримують навички написання та редагування грамотних, цікавих для користувачів текстів з використанням ключових слів та тегів, зможуть самостійно формувати SEO-стратегії та просувати будь-які онлайн-ресурси.

**4. Завдання (навчальні цілі):**

Фахові:

- отримання знань з пошукової оптимізації контенту, розуміння і вміння застосувати методи SEO-оптимізації мережевих ресурсів;
- вивчення текстуальних та технічних аспектів SEO;
- отримання навичок в написанні матеріалів з урахуванням принципів SEO-оптимізації, формуванні та дотриманні SEO-стратегії, аналізі та розподілі джерел трафіку мережевих ресурсів;
- отримання навичок у використанні інструментів SEO-оптимізації.

Загальні:

- розвинути здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу інформації;
- розвинути критичне мислення до результатів своєї професійної діяльності, приймати обґрунтовані рішення.

**5. Результати навчання за дисципліною:**

Результат навчання		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1.	Знати термінологію, що використовується у сфері SEO, внутрішні та зовнішні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів.	Лекція	Усна відповідь, реферат, доповідь	5 %
1.2.	Знати принципи роботи пошуковиків та просування мережевих ресурсів в пошуковиках, цілі пошуку та їх визначення, наміри користувачів та їх визначення.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Усна відповідь	10 %
1.3.	Мати уявлення про взаємообумовленість популярності контенту і SEO-оптимізації, своєрідність оформлення контенту, його змістову та технічну унікальність.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Усна відповідь	5 %

1.4.	Розуміти взаємозалежність «портрету» цільової аудиторії та форми подачі матеріалів, параметри тексту та ранжування сторінок, поняття ключових слів, інструменти їх вивчення та визначення цінності.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Усна відповідь	10 %
2.1.	Вміти застосовувати перелінковку сторінок, складати текст посилання для переліковки, усувати дублікати, виділяти логічні кластери, писати та перевіряти заголовки для SEO-оптимізації мережевих ресурсів.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Перевірка практичного завдання	10 %
2.2.	Вміти формувати SEO-стратегію мережевого ресурсу, визначати стратегічні цілі SEO, створювати план оптимізації мережевого ресурсу, здійснювати вибір технологій, проводити сегментація ринку, добирати ресурси контенту.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Перевірка практичного завдання	10 %
2.3.	Вміти коректно використовувати сторінки 404, аналізувати їх, визначати швидкості завантаження сторінок, налаштувати robots.txt та sitemap.xml, аналізувати видимість сторінок в браузері та здійснювати їх валідацію.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Перевірка практичного завдання	10 %
2.4.	Вміти верстати сторінки для SEO, оптимізувати CSS, JavaScript та html, верстати навігацію мережевого ресурсу та редагувати швидкі посилання, верстати Landing Page.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Перевірка практичного завдання	10 %
2.5.	Вміти використовувати інструменти для дослідження ключових слів, перегляду SEO на сторінці, аналізу контент, відстеження і огляду зворотніх посилань, маркетингові інструменти, технічні інструменти.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Перевірка практичного завдання	10 %
3.1.	Налагоджувати роботу в колективі над SEO-оптимізацією мережевих ресурсів для формування та досягнення стратегії популяризації контенту.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Метод проектів	10 %
4.2.	Вирішувати комплексні завдання, пов'язані із аналізом пошукового трафіку, порівнювати їх із результатами власної роботи.	Лекція, семінарське заняття, самостійна робота	Метод проектів	10 %
	<b>Разом:</b>			<b>100 %</b>

## 6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	2.1	4.1	4.2
Програмні результати навчання (назва)					
<i>УТОЧНЮЄТЬСЯ!!!!</i>					

## 7. Схема формування оцінки.

### 7.1 Форми оцінювання студентів:

#### - семестрове оцінювання:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (знання 1.1–1.4), що складає 30% від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки**

– результати навчання (**вміння** 2.1–2.5); (**комунікація** 3.1); (**автономність та відповідальність** 4.1–4.2), що складає 70% загальної оцінки. У змістовий модуль 1 (ЗМ1) входять теми 1–8, а у змістовий модуль 2 (ЗМ2) – теми 9–12.

Теоретична підготовка студентів оцінюється на лекціях і семінарських заняттях у вигляді доповідей, рефератів та опитувань.

Практична підготовка оцінюється на семінарських заняттях у формі виконаних практичних завдань.

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу з двох частин та виконання самостійних робіт.

### Оцінювання за формами контролю:

	ЗМ1		ЗМ 2	
	Min 19	Max 30	Min 19	Max 30
Підготовка доповіді; усна відповідь	6	10	6	10
Виконання самостійної роботи	13	20	13	20
Виконання додаткового завдання	1	3	1	3

У разі відсутності студента на семінарському занятті, розглянуті питання відпрацьовуються у письмовій формі. Термін здачі роботи – не пізніше, ніж через два тижні з моменту оголошення завдання.

### Критерії оцінювання:

#### 1. Усна відповідь:

4 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов’язкову та додаткову літературу.

3 бали – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов’язкову літературу. Допускаються несуттєві неточності

2 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу, Має у відповіді суттєві неточності

1 бал – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки у відповіді.

#### 2. Самостійна робота (20 балів):

20–16 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вірно застосовує теоретичні і практичні навички, всі завдання аргументовано написані, студент демонструє самостійність, достовірність, якість виконання завдання, креативність мислення.

15–11 балів – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вірно застосовує теоретичні знання, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, демонструє самостійність виконаного завдання. Допускаються несуттєві неточності.

10–6 балів – студент не в повному обсязі виконав завдання, не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності.

5–0 балів – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених завдань. Має суттєві помилки в роботі. Демонструє не самостійність у виконанні завдань.

### - підсумкове оцінювання (у формі комплексного іспиту):

Обов’язковим для іспиту є виконання самостійної роботи. Іспит є комплексним, складається з

теоретичної частини (20 балів) і практичної частини (20 балів). Теоретична частина здається у вигляді тесту. Практична частина – у вигляді захисту власного проекту (лендінгу). Критерії оцінювання лендінгу:

- робота в команді та презентація – 4 бали;
- дотримання етапів роботи над проектом – 1 бал;
- використання та поєднання елементів – 5 балів;
- Фокус – 2 бали;
- Візуалізація – 3 бали;
- Якість контенту – 4 бали;
- Використання тригерів – 1 бал.

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів ніж **критично-розрахунковий мінімум – 20 бали**, не виконали індивідуальні завдання, для одержання іспиту обов'язково повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем.

**- умови допуску до підсумкового екзамену:**

**Рекомендований мінімум для допуску до іспиту – 38 балів за семестр.**

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	19	19	22	60
Максимум	30	30	40	100

У випадку відсутності студента з поважних причин відпрацювання та перездачі МКР здійснюються у відповідності до «Положення про порядок оцінювання знань студентів при кредитно-модульній системі організації навчального процесу» від 1 жовтня 2010 року.

## 7.2 Організація оцінювання:

Оцінювання здійснюється на семінарських заняттях відповідно до теми заняття. Графік здачі роботи – не пізніше, ніж через два тижні після оголошення завдання.

## 7.3 Шкала відповідності оцінок

<b>Відмінно / Excellent</b>	90–100
<b>Добре / Good</b>	75–89
<b>Задовільно / Satisfactory</b>	60–74
<b>Незадовільно / Fail</b>	0–59
<b>Зараховано / Passed</b>	60–100
<b>Не зараховано / Fail</b>	0–59

## 8. Структура навчальної дисципліни

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин		
		лекції	семінари	Самостій на робота
<b>Змістовий модуль 1. Текстуальні аспекти SEO-копірайтингу</b>				
1.	Поняття SEO та SEO-копірайтингу	2	2	2
2.	Принципи роботи пошуковиків та просування мережевих ресурсів в пошуковиках	2	2	2
3.	Написання текстів з урахуванням принципів SEO-оптимізації	2	2	6
4.	Контент та SEO-оптимізація	2	2	4
5.	Семантичне ядро та трафік мережевих ресурсів	2	2	4
6.	Внутрішні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів	2	2	4
7.	Поняття та призначення SEO-стратегії	2	2	2
8.	Просування мережевих ресурсів з урахуванням їх тематичного спрямування	2	2	6
<b>Змістовий модуль 2. Технічні аспекти SEO-копірайтингу</b>				
9.	Технічні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів	2	2	6
10.	Посилання як фактор SEO-оптимізації мережих ресурсів	2	2	6
11.	Верстка сторінок для SEO	4	6	18
12.	Основні інструменти SEO та специфіка їх використання	2	4	4
	<b>ВСЬОГО:</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>64</b>

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекцій – 26 год.

Семінарів – 30 год.

Самостійної роботи – 64 год.

### ТЕМАТИКА ЛЕКЦІЙНИХ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

#### Змістовий модуль 1. Текстуальні аспекти SEO-копірайтингу

##### Лекція 1. Поняття SEO та SEO-копірайтингу (2 год.)

###### План

1. Поняття копірайтингу та SEO-оптимізації.
2. Фактори пошукової видачі мережевого ресурсу: статичні фактори, динамічні фактори, фактори запитів тощо.
3. Різновиди SEO-оптимізації: «біла» та «чорна» оптимізації.
4. Хронологічні рамки SEO-оптимізації.
5. Значення SEO-копірайтингу в оптимізації мережевих ресурсів.

## **Семінарське заняття 1. Поняття SEO та SEO-копірайтингу (2 год. + 2 год.)**

*Питання і завдання:*

1. Підготувати доповідь (до 3 с.) за обраними темами.
2. Знайти по два приклади хороших і поганих (на вашу думку) SEO-текстів.
3. Проаналізувати рейтинг сайтів за обраною тематикою.

## **Лекція 2. Принципи роботи пошуковиків та просування мережевих ресурсів в пошуковиках (2 год.)**

*План*

1. Призначення та асортимент пошуковиків.
2. Цілі пошуку та їх визначення.
3. Наміри користувачів та їх визначення.
4. Розподіл результатів пошуку та трафіку.
5. Універсальний і вертикальний пошук.
6. Національні пошуковики. SEO-оптимізація для різних країн.

## **Семінарське заняття 2. Принципи роботи пошуковиків та просування мережевих ресурсів в пошуковиках (2 год. + 2 год.)**

*Питання і завдання:*

1. Синтаксис пошуку.
2. Вхідження ключових слів – точне, пряме, морфологічне, синонімічне, розбавлене.
3. Релевантність тексту пошуковим запитам.
4. Розглянути на практиці синтаксис запитів для пошукових фраз.
5. Проаналізувати видані результати.
6. Обрати одну пошукову фразу та розписати її в різних варіантах входження ключових слів.

## **Лекція 3. Написання текстів з урахуванням принципів SEO-оптимізації (2 год.)**

*План*

1. Модель AIDA – Attention, Interest, Desire, Action.
2. «Портрет» цільової аудиторії та форма подачі матеріалів.
3. Параметри тексту та ранжування сторінок.
4. Поняття ключових слів.
5. Інструменти вивчення ключових слів.
6. Визначення цінності ключових слів.
7. Тематичність та об'єм матеріалів.

## **Семінарське заняття 3. Написання текстів з урахуванням принципів SEO-оптимізації (2 год. + 6 год.)**

*Питання і завдання:*

1. Сервіси для підбору ключових слів.
2. Щільність ключових слів.
3. Структура статті.
4. Створити портрет під конкретну цільову аудиторію (на вибір): ...
5. Розібрати сервіси для підбору ключових слів.
6. Написати структуру для майбутньої статті.
7. Написати текст з підібраними ключовими словами під портрет цільової аудиторії.

## **Лекція 4. Контент та SEO-оптимізація (2 год.)**

### **План**

1. Оформлення контенту.
2. Унікальність контенту.
3. Технічна унікальність контенту.
4. Перегляд та індексування сторінок.
5. Написання, збирання та оптимізація контенту.

## **Семінарське заняття 4. Контент та SEO-оптимізація (2 год. + 4 год.)**

### *Питання та завдання:*

1. Форматування та структурування контенту
2. Сервіси для перевірки унікальності
3. Шингли, «нудота» тексту
4. Відформатувати підготовлений текст.
5. Перевірити текст на унікальність різними сервісами.

## **Лекція 5. Семантичне ядро та трафік мережевих ресурсів (2 год.)**

### **План**

1. Поняття та складові семантичного ядра.
2. Аналіз семантичного ядра.
3. Аналіз трафіку.
4. Аналіз видимості мережевого ресурсу.
5. Розподіл трафіку.
6. Інструменти для формування семантичного ядра.

## **Семінарське заняття 5. Семантичне ядро та трафік мережевих ресурсів ( 2 год. + 4 год.)**

### *Питання та завдання:*

1. Розглянути топ-10 рейтингу сайтів. Liveinternet на предмет семантичного ядра та трафіку.
2. Створити семантичне ядро для нового сайту.

## **Лекція 6. Внутрішні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів (2 год.)**

### **План**

1. Перелінковка сторінок: базові методи перелінковки, локальні методи перелінковки, правила та способи перелінковки.
2. Складання тексту посилання для перелінковки.
3. Усунення дублікатів.
4. Видимість мережевого ресурсу та глибина сторінок.
5. Виділення логічних кластерів.
6. Ключові слова в URL. Ієрархія URL. Довжина URL.
7. Заголовки в SEO-оптимізації мережевих ресурсів: перевірка заголовків на спам.
8. Перевірка наявності тегів заголовків.
9. Стили заголовків.

## **Семінарське заняття 6. Внутрішні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів (2 год. + 4 год.)**

### *Питання і завдання:*

1. Створити до 10-документів з перелінковками.

2. Написати 5 заголовків, використовуючи різні ключові слова.
3. Розглянути види кластеризації контенту.

### **Лекція 7. Поняття та призначення SEO-стратегії (2 год.)**

#### План

1. Поняття SEO-стратегії.
2. Стратегічні цілі SEO.
3. План оптимізації мережевого ресурсу.
4. Стадії SEO-оптимізації: вибір технологій, сегментація ринку, ресурси контенту, конкуренція.

### **Семінарське заняття 7. Поняття та призначення SEO-стратегії (2 год. + 2 год.)**

#### Питання і завдання:

1. Створити SEO-стратегію ресурсу за тематикою.

### **Лекція 8. Просування мережевих ресурсів з урахуванням їх тематичного спрямування (2 год.)**

#### План

1. Просування соціально-політичних мережевих ресурсів.
2. Просування економічних мережевих ресурсів.
3. Просування освітніх мережевих ресурсів.
4. Просування розважальних мережевих ресурсів.
5. Просування бізнесових мережевих ресурсів.

### **Семінарське заняття 8. Просування мережевих ресурсів з урахуванням їх тематичного спрямування (2 год. + 6 год.)**

#### Питання і завдання:

1. Види контенту у плані просування.

#### Завдання:

2. Написати план просування ресурсу, використовуючи SEO-стратегію. План має містити розважальний, репутаційний та інформаційний контент.

### **Змістовий модуль 2.**

### **Технічні аспекти SEO-копірайтингу**

### **Лекція 9. Технічні фактори SEO-оптимізації мережевих ресурсів (2 год.)**

#### План

1. Коректне використання сторінки 404. Аналіз сторінки 404.
2. Перевірка відповіді сервера.
3. Аналіз швидкості завантаження сторінок.
4. Налаштування robots.txt.
5. Налаштування sitemap.xml.
6. Видимість сторінок в браузері.
7. Валідація сторінок.

### **Семінарське заняття 9. Основи html (2 год. + 6 год.)**

#### Питання та завдання:

1. Основи html та CSS.
2. Основні теги для форматування тексту.

3. Основні теги для верстки сторінок.
4. Мета-теги та їх значення.
5. Зверстати статтю.

### **Лекція 10. Посилання як фактор SEO-оптимізації мережних ресурсів (2 год.)**

#### План

1. Посилання на зовнішні ресурси.
2. Дубльовані посилання.
3. Циклічні посилання.
4. «Биті» посилання.
5. Навігаційні посилання.
6. Наскрізні посилання.
7. Контекстна перелінковка.
8. Визначення статичної ваги сторінок.
9. Посилання на зовнішні ресурси.

### **Семінарське заняття 10. Посилання у веб-верстці (2 год. + 6 год.)**

#### *Питання і завдання:*

1. Посилання та зображення
2. Види посилань – внутрішні, зовнішні
3. Меню і навігація
4. Зробити кілька html-сторінок та з'єднати їх між собою.

### **Лекція 11. Верстка сторінок для SEO (4 год.)**

#### План

1. Оптимізація CSS та JavaScript.
2. Оптимізація html.
3. Використання валідації сторінок.
4. Використання флеш та фреймів.
5. Швидкість завантаження сторінок.
6. Верстка навігації мережевого ресурсу.
7. Швидкі посилання на мережевий ресурс.
8. Верстка Landing Page.

### **Семінарське заняття 11. Верстка лендінгу (6 год. + 18 год.)**

#### *Питання і завдання:*

1. Зробити лендінгову сторінку, використовуючи засоби html.
2. Наповнити сторінку контентом.
3. Оптимізувати код для власного сайту.

### **Лекція 12. Основні інструменти SEO та специфіка їх використання (2 год.)**

#### План

1. Інструменти для дослідження ключових слів.
2. Інструменти перегляду SEO на сторінці.
3. Інструменти для аналізу контенту.
4. Інструменти відстеження і огляду зворотніх посилань.
5. Маркетингові інструменти.
6. Технічні інструменти.

## Семинарське заняття 12. Основні інструменти SEO та специфіка їх використання (4 год. + 4 год.)

Питання і завдання:

1. На практиці розглянути інструменти та принципи їх роботи, використовуючи власний сайт.

### 9. Рекомендовані джерела:

#### Основна:

1. Гроховский Л. SEO для бизнеса / Леонид Гроховский, Андрей Хохловский, Олег Шестаков, Руслан Рзаев. – М. : Центр исследований и образования «ТопЭксперт.РФ», 2011. – 200 с.
2. Гроховский Л. SEO: Руководство по внутренним факторам / Леонид Гроховский, Михаил Сливинский, Алексей Чекушин, Станислав Ставский. – М. : Центр исследований и образования «ТопЭксперт.РФ», 2011. – 133 с.
3. Неелова Н. SEMBOOK – энциклопедия поискового продвижения / Н. Неелова, К. Шпорт, А. Моргачева, Е. Фролкина, Г. Загребельный. – СПб. : Питер, 2014. – 520 с.
4. Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов / Э. Энж, С. Сенсер, Р. Фишкин, Д. Срикчиола. – СПб. : БХВ-Петербург, 2014. – 688 с.
5. Amerland David. SEO Help: 20 Semantic Search Steps that Will Help Your Business / David Amerland. – New Line Publishing, 2015. – 190 p.
6. Capala M. SEO Like I'm 5: The Ultimate Beginner's Guide to Search Engine Optimization / Matthew Capala. – CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014. – 194 p.
7. Deviant Jonny. Content Marketing Strategy Guide: Your Formula For Achieving Success Across Social Media, PR and SEO / Jonny Deviant. – Jon M. Buchan, 2016. – 59 p.
8. Enge E. The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization / Eric Enge, Stephan Spencer. – O'Reilly Media, 2015. – 994 p.
9. Kennedy G. Seo: Marketing Strategies to Dominate the First Page (SEO, Social Media Marketing) / Grant Kennedy. – CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. – 122 p.
10. Slavio J. SEO for Beginners: Step-by-step beginners' guide to dominate the first page using Google Analytics, Adwords etc. (Search Engine Optimization ... Website Promotion to get traffic from Google) / John Slavio. – Independently published, 2016. – 69 p.

#### Додаткова:

1. Богдан А. Копирайтинг как проблема авторской самоидентификации / А. Н. Богдан, Е. В. Дмитренко // Гуманитарный часопис. – 2015. – № 3/4. – С. 79–86.
2. Геддс Б. Google AdWords. Исчерпывающее руководство / Елена Лалаян, Андрей Баранов, Брэд Геддс. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 624 с.
3. Горяев К. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO от идеи до первых клиентов / Клим Горяев. – М. : Инфра-Инженерия, 2017. – 268 с.
4. Дыкан А. Клиентское SEO / Андрей Дыкан. – М. : Эдитус, 2015. – 280 с.
5. Кажарнович В. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в Интернете / В. Кажарнович. – СПб. : Питер, 2017. – 320 с.
6. Костенко Е. В. Копирайты в сетевых СМИ – новый вид журналистских текстов? / Е. В. Костенко // Вестник Марийского государственного университета. – 2012. – № 10. – С. 75–77.

7. Крохина О. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О. Крохина, М. Полосина, М. Ханина, А. Рубель. – М. : Инфра-Инженерия, 2012. – 42 с.
8. Малий В. SEO на экспорт. Первая книга по продвижению за рубежом / Владислав Малий, Михаил Золенко. – М. : Издательские решения, 2017. – 140 с.
9. Миклуха В. 10 грехов SEO-оптимизатора / Вадим Миклуха. – М. : Ingate, 2015. – 22 с.
10. Одден Ли. Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Ли Одден. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 384 с.
11. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / Артем Сенаторов. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 153 с.
12. Тeroу Ш. Видимость в Интернете. Поисковая оптимизация сайтов / Шэри Тeroу. – М. : Символ-Плюс, 2009. – 288 с.
13. Храповицкий К. SEO-копирайтинг. Практическое руководство по созданию «правильных» текстов / Кирилл Храповицкий. – М. : Наука и техника, 2014. – 314 с.
14. Яковлев А. Раскрутка сайтов. Основы, секреты, трюки / А. Яковлев, В. Ткачев. – СПб. : БХВ-Петербург, 2015. – 352 с.
15. Clarke A. SEO 2017 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strateg: Learn SEO with smart internet marketing strategies / Adam Clarke. – CreateSpace Independent Publishing Platform; Exp Upd edition, 2016. – 206 p.
16. Gabrielle G. SEO – The Sassy Way of Ranking #1 in Google - when you have NO CLUE!: Beginner's Guide to Search Engine Optimization and Internet Marketing (Beginner Internet Marketing Series) / Gundi Gabrielle. – CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. – 112 p.
17. Jantsch J. SEO for Growth: The Ultimate Guide for Marketers, Web Designers & Entrepreneurs / John Jantsch, Phil Singleton. – SEO for Growth, 2016. – 238 p.
18. Jones C. SEO Step-by-Step – The Complete Beginner's Guide to Getting Traffic from Google / Caimin Jones. – CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014. – 154 p.
19. Kumar Sachin. Search Engine Optimization 2017 & Beyond: The Complete Beginner's SEO Guide To Getting Traffic From Google / Sachin Kumar. – Amazon Digital Services LLC, 2017. – 48 p.
20. McDonald Jason. SEO Fitness Workbook: 2017 Edition: The Seven Steps to Search Engine Optimization Success on Google / Jason McDonald. – CreateSpace Independent Publishing Platform; Workbook edition, 2016. – 250 p.