

ВИКОРИСТАННЯ СОЦМЕРЕЖ ДЛЯ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Представлено принципи пошукової оптимізації (SEO), які можуть використовуватись при проведенні профорієнтаційної агітації з використанням інформаційних технологій.

Ключові слова: SEO, профорієнтація, соцмережі, пошукова оптимізація, профорієнтаційна агітація, маркетинг в інтернеті, релевантність.

Abstract

Presented by the principles of search engine optimization (SEO), which may be used during the career-oriented propaganda of information technology.

Keywords: SEO, guidance, social networks, search engine optimization, vocational agitation, marketing on the Internet, *relevance*.

Кожне підприємство, організація, установа, які ставлять перед собою мету подальшого розвитку, використовують мережу інтернет, як ефективний засіб просування реклами з пошуком цільової аудиторії за короткий термін. Серед інших, SEO – це форма онлайн-маркетингу, пошукова оптимізація чи пошуковий маркетинг, орієнтований на створення сайту і його контенту максимально релевантного як для пошукових систем, так і для користувачів [1]. Пошукову оптимізацію можна використовувати для реклами в соцмережах.

Метою проведення профорієнтації через соцмережі є підвищення інформованості серед молоді про спеціальність, за якою вони можуть набувати фахову підготовку з обраним освітнім рівнем [1].

Пошукова оптимізація (SEO) в соцмережах включає такі етапи:

- визначення цільової аудиторії;
- створення груп і сторінок в соцмережах;
- підтримка створених груп і сторінок;
- прояв активності за межами груп (форуми: оголошення і обговорення);
- створення зв'язку між групами, сторінками і сайтом організації або її підрозділом [2].

Розглянемо детально етапи роботи з соцмережами для профорієнтації.

Під час проведення дослідження було проаналізовано, використання яких саме соцмереж є доцільним. Серед них були відібрані найпопулярніші на території України серед молоді:

- в контакті (vk.com);
- фейсбук (facebook.com);
- твітер (twitter.com);
- гугл+ (Google+);
- ютуб (youtube.com).

Ці соцмережі можна використовувати для розміщення матеріалів будь-якого типу: відео, презентації, посібники, фотографії тощо. При цьому, за допомогою обраних соцмереж можна розповсюджувати матеріали шляхом пересилання чи розміщення користувачами у себе на сторінці даного матеріалу.

Для ефективною реклами текст має бути оптимізованим, а зображення має бути з альтернативним текстом (відображається в браузері, коли заборонено відображення картинки, або вона відсутня на сервері, хоча в коді прописана) [3]. Оптимізація тексту досягається аналізом на унікальність, а також формуванням семантичного ядра, тобто пошуком ключових слів. Унікальність перевіряється сервісами Google, Яндекс: Advego Plagiatus (програма пошуку в інтернеті часткових або повних копій текстового документа з інтуїтивним інтерфейсом, яка показує ступінь унікальності тексту та зазначеного URL, джерела тексту, відсоток збігу тексту), Double Content Finder (DC Finder),

Praide unique content analyzer, text.ru, content-watch.ru/text [3]. Аналіз відбувається шляхом порівняння з текстами на інших сайтах. Якщо даний текст унікальний менше, ніж на 89% [3], то пошукові сервіси не будуть видавати посилання на бажані статті чи матеріали.

Для підбору ключових слів існують такі сервіси: Wordstat від Яндекс, Keyword Tools від Google, Google AdWords (інструмент підказок по підборі ключових слів і словосполучень), Ubersuggest.org, Youtube Keyword Tool, Google Insights (статистика пошуку), Soovle.com, Alexa Search Analytics, Bing Keyword Research Tool, Google Тренди, GetRank Keyword Suggestion Generator, Yahoo Clues, Google Correlate, SEO Book Free Keyword Suggestion Tool, SEO Book Генератор помилок, SeoQuake, KGen, Ahrefs.com, Wordtracker's Keyword Questions та інші [3]. Потрібно враховувати під час роботи в SEO, що щільність ключових слів не повинна перевищувати 5% [4]. Для уникнення важких для сприйняття довгих текстів, необхідно розміщувати посилання на повний матеріал за запитом на іншому ресурсі та формувати новину, довжиною не більше 250 символів, що збільшить релевантність (міра відповідності отриманого результату бажаному) створених сторінок чи груп в соцмережах при введенні запитів користувачами в пошукових системах таких, як Google, Яндекс, Yahoo!, Рамблер та інші.

Перевагами проведення профорієнтації в соцмережах є:

- спілкування з представниками цільової аудиторії в час, зручний для усіх сторін;
- можливість надати інформацію у зручному вигляді за запитом користувача;
- розширення цільової аудиторії;
- економія коштів шляхом скорочення кількості відряджень працівників організації;
- економія часу за рахунок надання типових відповідей відвідувачам груп і сторінок в соцмережах;
- можливість аналізувати діяльність цільової аудиторії;
- проведення профорієнтації в соцмережах.

Таким чином, застосування пошукової оптимізації забезпечує ефективну профорієнтацію організацій з використанням соцмереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мамыкин А.А. Стратегия и тактика маркетинга в Интернет / А. А. Мамыкин. - 2000. – 12 с.
2. Иванов И. И. SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я / И. И. Иванов. - Москва: Самоиздательство, 2012. - 584 с.
3. Эффективное продвижение сайтов / А. Кураков, М. Райцин. - Москва: Самоиздательство, 2011. - 61 с.
4. Пименов Ю.С. Использование Интернет в системе маркетинга / Ю.С. Пименов – 2002. – 45 с.

Савчук Тамара Олександрівна — к.т.н., доцент, професор кафедри комп'ютерних наук ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Паламаренко Любов Олександрівна – технік, Вінницький національний технічний університет; викладач інформаційних технологій, ДПТНЗ «Вінницьке вище професійне училище сфери послуг», Вінниця, e-mail: lubasya.5@gmail.com

Tamara O. Savchuk — Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor, Professor of the Computer Sciences Chair, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Liubov Palamarenko – techniques, Vinnytsia National Technical University; teacher of information technology, DPTNZ "Vinnytsia higher vocational school service", Vinnitsa, e-mail: lubasya.5@gmail.com