

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

Навчально-науковий інститут журналістики  
Кафедра редакційно-видавничих технологій та продюсування

**Олексій Погорелов**

**SEO-КОПРАЙТИНГ**

*Методичні рекомендації.*

*Частина 1. Лекції*

КИЇВ 2026

**Погорелов О.В.** SEO-копірайтинг : методичні рекомендації. Лекції. Київ : Навчально-науковий Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2026.

Мета курсу «SEO-копірайтинг» — надати студентам знання про основи SEO-копірайтингу, сформувати у студентів розуміння підходів до написання текстів з урахуванням вимог SEO-оптимізації.

Для цього в рамках курсу студентам має бути надана можливість розібратися в принципах роботи сучасних пошуковиків, створити умови для практики та розвитку умінь популяризувати контент мережевих ресурсів з урахуванням тематичного спрямування, спрямовувати професійну креативність та творчі здібності на напрацювання навичок ефективної роботи з пошуковими системами для просування сайту та написання текстів відповідно до алгоритмів роботи цих систем.

*Рецензенти:*

*Водолазька С. А.*, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
*Крайнікова Т. С.*, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Затверджено та рекомендовано до оприлюднення  
кафедрою видавничої справи та редагування Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
Протокол № 12 від «31» березня 2026 року.

## **ЗМІСТ**

### **1. Вступні зауваги**

### **2. Тематичний план занять**

### **3. Проблематика та організація занять. Лекційні заняття**

ТЕМА 1. Поняття SEO та SEO-копірайтинг. Загальні тенденції

ТЕМА 2. SEO-копірайтер. Функціональні обов'язки

ТЕМА 3. Технічний аудит сайту. Індексція сторінок

ТЕМА 4. Пошукові системи. Принципи та алгоритми пошукового ранжування сайтів

ТЕМА 5. Пошукові системи. Особливості верстки і сприйняття текстів пошуковиками

ТЕМА 6. Пошукові запити. Тенденції. Типи пошукових запитів

ТЕМА 7. SEO контент-стратегія. Фази SEO-копірайтингу

ТЕМА 8. Бриф або технічне завдання. Структура ТЗ для копірайтера

### **4. Контроль знань**

### **5. Рекомендована література**

## **ВСТУПНІ ЗАУВАГИ**

### **Завдання (навчальні цілі)**

Робота викладача має бути спрямованою на те, щоб студенти під час вивчення цієї дисципліни мали можливість:

- осмислити основні засади функціонування та розібратися у сутності поняття SEO-копірайтингу;
- проаналізувати етапи підготовки текстів та їхнього аналізу;
- дослідити принципи створення оптимізованих текстів з метою підвищення рейтингу сторінки, поліпшення її релевантності та ранжування пошукових запитів;
- реалізувати проєкт, спрямований на підвищення показників сторінки у пошуковій видачі завдяки застосуванню інструментарію SEO-копірайтингу

### **Досягнення компетентностей**

Дисципліна формує у студентів такі здатності:

*Комунікативні здатності:*

- ефективно спілкуватися з різними аудиторіями (колегами, клієнтами, партнерами, представниками влади та громадськості);
- використовувати різні канали, форми, інструменти комунікації для досягнення накреслених цілей;
- генерувати нові ідеї та ініціативи, а також ефективно їх презентувати.

*Аналітичне мислення:*

- аналізувати ситуацію на ринку, знаходити ефективні рішення для завдань;
- оцінювати ефективність поточної діяльності та корегувати, за потреби, обрану стратегію.

*Креативність:*

- знаходити рішення у відповідь на зміну ситуації;
- створювати контент, який відповідає запитам аудиторії.

*Етика:*

- дотримуватися етичних норм у роботі з інформацією у цифровому середовищі;
- Дотримуватися правил ділової етики у побудові відносин з партнерами та клієнтами, зважаючи на їхні інтереси та потреби.

**Проектна орієнтованість.** Опановуючи курс, студент реалізовує частину власного бакалаврського проєкту, або частину іншого, більшого, проєкту, в межах якого використання інструментарію SEO-копірайтингу є доречним.

**Методи викладання.** Доцільно використовувати комплекс методів викладання, з-поміж яких основними є такі:

- пояснювально-ілюстративні (лекції, надання зворотного зв'язку, евристичні бесіди);
- конкретно-індуктивні та абстрактно-дедуктивні (порівняння, аналіз, узагальнення);
- інтерактивно-комунікативні (кейс-метод, дискусії, мозковий штурм);
- проєктні технології (виокремлення завдань для окремого заняття чи для роботи протягом усього курсу з більшого проєкту, наприклад з бакалаврської роботи);
- навчально-ігрові технології (проблемна ситуація, ділова гра, симуляція);
- креативні методи (творчі завдання).

**Форми занять.** Для організації ефективного вивчення матеріалу рекомендується використовувати різні форми занять: лекції (лекції-презентації, лекції конкретно-індуктивні, лекції абстрактно-дедуктивні та ін.), практичні, семінарські заняття.

Обов'язковий складник курсу — практична робота, в межах якої студенти виконують завдання, які надаються до тих чи тих конкретних тем, а загалом пов'язані з виконанням наскрізного завдання — скласти план дій з SEO-

копірайтингу для власного або обраного веб-ресурсу (пріоритетно – в межах бакалаврського проєкту, але можуть бути і інші варіанти, за вибором студента).

Самостійна робота виконується студентами в межах відведеного на неї часу. Рекомендовано роз'яснити студентам мету та завдання самостійної роботи, надати тематики, пріоритетні для вивчення, рекомендувати відповідну літературу.

Навчання може бути організованим за гібридною моделлю: лекційні заняття — онлайн, а практичні та семінарські — офлайн.

**Матеріальне забезпечення.** Для ефективного викладання курсу необхідні такі основні ресурси:

- авторизований доступ до міжнародної мережі бездротового зв'язку в закладах освіти eduroam;
- доступ до фондів наукової бібліотеки вишу;
- можливість використовувати аудиторії, обладнані інтерактивною дошкою, проектором і ноутбуком;
- для організації занять за допомогою онлайн платформ – мати можливість викладати дисципліну з використанням однієї з таких платформ (Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, тощо).

Важливо, щоб студенти мали доступ до панелі управління власного веб-ресурсу та до даних Google Analytics. Це необхідно для вивчення результативності їхніх дій з адаптації та корегування контентної частини вебсайтів у відповідності до пошукових запитів цільової аудиторії.

**Структура курсу.** Дисципліна поділяється на два змістові модулі:

- у ЗМ-1 «SEO-копірайтинг. Загальні положення» йдеться про фундаментальні засади, технологію, правила та методи роботи SEO-копірайтингу як інструменту роботи з текстовою частиною будь-якого веб-ресурсу, яка дозволяє покращити видачу цього ресурсу пошуковою

системою у відповідь на запит користувача. Фактично, ця частина навчального курсу подає студенту основні управлінські та причинно-наслідкові зв'язки, знання яких є необхідним для успішного виявлення задач, які потребують вирішення. Та, відповідно, розробки плану дій, необхідних для досягнення бажаного результату;

- у ЗМ-2 «SEO-текст та інфографіка» основний фокус зроблений на інструментах роботи з самим змістом, що безпосередньо впливає на результати видачі веб-ресурсу пошуковою системою.

Фонд годин між модулями розподілено пропорційно.

**Зв'язок з іншими дисциплінами.** Курс має поглиблений фокус на використанні SEO для просування веб-ресурсу в результатах пошуку на запит користувача. Відповідно, він доповнює та розширює знання, які студенти отримують на дисциплінах, які предметно обсервують тематику продюсування та просування медіапроектів, роботи з аудиторією та залучення аудиторії, роботи з контентом та задоволення попиту аудиторії на інформацію, тощо.

Курс «SEO-копірайтинг» є вибірковою дисципліною для підготовки фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр» напряму підготовки «Видавнича діяльність та медіаредагування»

### **Про ці Методичні рекомендації**

Методичні рекомендації розроблені для викладачів, які будуть викладати дисципліну «SEO-копірайтинг» студентам 3го року навчання бакалаврату (5-6 семестри навчання).

Методичні рекомендації складаються з декількох частин.

Перша частина рекомендацій охоплює лекційну частину курсу і містить інформацію щодо основної структури матеріалу, який варто викладати на кожній з лекцій, запланованих у програмі курсу.

Друга частина рекомендацій покриває тематику практичних занять та самостійної роботи студентів. Оскільки самостійна робота є важливою частиною, яка надає студенту можливість побачити роль та місце SEO-копірайтингу у цілісній системі роботи багатьох фахівців, допомога викладача виглядає надзвичайно доцільною. Особливо з огляду на те, що самостійна робота цілком лягає на відповідальність студента і тому може бути виконана з меншим рівнем залучення, аніж робота на практичних заняттях, результати яких оцінюються.

Перша та друга частини тематично сфокусовані на «управлінській» частині роботи SEO-копірайтера. Це змістовий модуль 1, теми 1-8, з-поміж 20 тем, визначених програмою усього курсу. До цього блоку тем входять питання визначення мети та постановки завдань. Третя частина рекомендацій охоплює тематику, пов'язану, переважно, з «творчою» частиною роботи (змістовий модуль 2, теми 9-20) – власне, написання SEO-текстів, враховуючи вимоги до таких текстів, дотримання яких є необхідним для максимально високого місця веб-ресурсу у результатах видачі пошукової системи у відповідь на запит споживача.

## **ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ**

### ***Змістовий модуль 1. SEO-копірайтинг. Загальні положення***

- 1 ТЕМА 1. Поняття SEO та SEO-копірайтинг. Загальні тенденції
- 2 ТЕМА 2. SEO-копірайтер. Функціональні обов'язки
- 3 ТЕМА 3. Технічний аудит сайту. Індексція сторінок
- 4 ТЕМА 4. Пошукові системи. Принципи та алгоритми пошукового ранжування сайтів
- 5 ТЕМА 5. Пошукові системи. Особливості верстки і сприйняття текстів пошуковиками
- 6 ТЕМА 6. Пошукові запити. Тенденції. Типи пошукових запитів
- 7 ТЕМА 7. SEO контент-стратегія. Фази SEO-копірайтингу
- 8 ТЕМА 8. Бриф або технічне завдання. Структура ТЗ для копірайтера

### ***Змістовий модуль 2. SEO-текст та інфографіка***

- 9 ТЕМА 9. Структура SEO-тексту. Створення структури
- 10 ТЕМА 10. Основи написання SEO-тексту. Аналіз тексту
- 11 ТЕМА 11. SEO-оптимізація контенту. SEO-контент за місцем розміщення
- 12 ТЕМА 12. Види SEO-текстів. Текст для головної сторінки
- 13 ТЕМА 13. Робота з заголовком та підзаголовком
- 14 ТЕМА 14. Лід-абзац: правила написання, рекомендації
- 15 ТЕМА 15. Робота з ключовими словами (keyword density)
- 16 ТЕМА 16. LSI-копірайтинг. LSI-слова (Latent Semantic Indexing)
- 17 ТЕМА 17. Інфографіка: унікальність та якість
- 18 ТЕМА 18. Ефективність тексту
- 19 ТЕМА 19. III та SEO-копірайтинг
- 20 ТЕМА 20. SEO-рерайтинг

## **ПРОБЛЕМАТИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАНЯТЬ**

### **Лекційна частина**

#### **Організація лекційних занять**

Лекційні заняття можуть проводитись як вживу, в аудиторії, так і дистанційно, з використанням сучасних систем онлайн зустрічей (Zoom, Geegle Meet, тощо). Викладач готує презентацію на кожне лекційне заняття і викладає студентам основні моменти, які вони мають зрозуміти. Рекомендовано проводити лекції із використанням елементів залучення аудиторії – надавати приклади до обговорення, давати короткі завдання на самостійне вирішення за невеликий час (3-5 хвилин на обдумування), обговорення прикладів з власного досвіду студентів (за наявності), тощо. Такі елементи дозволятимуть студентам пропускати отриману від викладача інформацію крізь власне розуміння питання та допомагатимуть додавати нові знання до вже наявних. Обговорення прикладів надаватиме можливість бачити конкретику за загальними принципами та правилами.

## **Змістовий модуль 1. SEO-копірайтинг. Загальні положення**

### **ТЕМА 1. Поняття SEO та SEO-копірайтинг. Загальні тенденції**

#### **План**

1) Поняття « SEO» та «SEO-копірайтинг». Мета і завдання фахівця, який/яка відповідає за роботу зі змістовою частиною веб-ресурсу, завдяки чому пошукова система видає такий веб-ресурс на більш високих позиціях у результатах пошуку.

2) Типологія пошукових запитів:

- за наміром користувача: інформаційні, комерційні, навігаційні, комерційно-дослідницькі, загальні;
- за частотою: високочастотні – низькочастотні;
- за гео залежністю: залежні – незалежні;
- інші: вітальні, мультимедійні.

Знання найбільш поширених типів запитів дозволяє краще налаштовувати сторінку, що підвищить її позиції у видачі пошуковою системою. Для інформаційних запитів — статті, для комерційних — картки товарів або категорій.

3) Суб'єкти SEO-копірайтингу (SEO-копірайтер, SEO-спеціаліст, інтернет-маркетолог, власник сайту та ін.).

4) Основні принципи SEO-копірайтингу - орієнтація на читача, органічне впровадження «ключів», структурованість, унікальність, релевантність та ін.

5) Основні тенденції сучасного SEO-копірайтингу:

- Фокус на E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness);

- Відповідність інтену (наміру) користувача;
- Людиноцентричний контент;
- Розумне використання ШІ;
- Структурованість та читабельність;
- Оптимізація під голосовий пошук;
- Унікальність та емоційність;
- Технічна грамотність.

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про типологію пошукових запитів доповнити діаграмою або інфографікою, яка демонструє основні типи запитів, які подавали користувачі за певний період часу. І рекомендувати студентам прочитати відповідний аналітичний матеріал, який пояснюватиме, як на пошукові запити впливали новини, рекламні кампанії та інші важливі чинники, які спонукають споживачів звертатися до пошукових систем.

*Кейс-метод:* студент аналізує приклад, до якого має власне відношення або який вважає цікавим для аналізу: досліджує результати видачі обраного ним веб-ресурсу відповідно до різних пошукових запитів, окреслює можливі причини такого результату, пропонує власне бачення можливих рішень та аргументує це.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* Обговорення запропонованих студентами прикладів доцільно організувати як дискусію на аудиторному занятті.

### **Рекомендована література**

1. Around Web (2024). SEO копірайтинг. *Around Web*.  
<https://aroundweb.com.ua/prosuvannja-sajtu/seo-kopirayting>

2. BeVisible (2023). Що таке SEO-копірайтинг? *BeVisible*. <https://bevisible.com.ua/blog/shho-take-seo-kopirajtyng/>
3. BeVisible (2024). Що таке SEO оптимізація сайту + переваги SEO. *BeVisible*. <https://bevisible.com.ua/blog/scho-take-seo/>
4. Блинова Н., Кирилова О. (2023). Основи копірайтингу. Навчально-методичний посібник. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. DOI: 10.5281/zenodo.10078087
5. Шкуро А. (2025). Копірайтинг як технологія: штучний інтелект пише тексти. *Textum*. <https://textum.com.ua/blog/kopirajtyng-yak-tehnologiya-shtuchnyj-intelekt-pyshe-teksty/>

## **ТЕМА 2. SEO-копірайтер. Функціональні обов'язки**

### **План**

1) Роль та місце SEO-копірайтингу у цілісній системі просування веб-ресурсу до цільової аудиторії (інтерес аудиторії та способи їхнього задоволення, роль веб-сайту, роль пошукових систем, роль оптимізованих текстів, тощо)

2) Функціональні обов'язки SEO-копірайтера:

- Проведення аудиту та аналізу поточного стану сайту
- Розробка та реалізація стратегій внутрішньої та зовнішньої оптимізації
- Оптимізація контенту та структури сайту для покращення ранжування у пошукових системах
- Аналіз конкурентів та визначення ключових слів
- Моніторинг та аналіз ефективності SEO-кампаній
- Робота з інструментами веб-аналітики для відстеження та покращення показників сайту
- Створення звітів та рекомендацій щодо покращення видимості сайту
- Взаємодія з командою розробників та контент-менеджерів для реалізації SEO-стратегій

3) Основні метрики та аналітичні інструменти, які має вивчати SEO-копірайтер (Переповнення або нудність тексту, Вхідження ключових слів, LSI-запити, тощо)

4) Професійні навички (hard skills) копірайтера:

- Розбиратися в темі
- Мати великий словниковий запас
- Вміти збирати та аналізувати інформацію
- Вміти структурувати матеріал
- Володіти різними стилями написання текстів та писати цікаво для

цільової аудиторії

5) Soft skills (особистісні якості) копірайтера (впевненість, наполегливість, пристрасть до справи, смак, тощо)

6) Місце роботи, кар'єра та підвищення професійного рівня SEO-копірайтера

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про функціональні обов'язки SEO-копірайтера доповнити таблицею з основними запитам до кандидатів на цю посаду, які висувають роботодавці, і які фігурують в оголошеннях на сайтах з працевлаштування. І рекомендувати студентам прочитати відповідний аналітичний матеріал, який пояснюватиме, як впливає кваліфікація SEO-копірайтера на погодинний рівень оплати його роботи.

*Кейс-метод:* студент аналізує приклад, до якого має власне відношення або який вважає цікавим для аналізу: досліджує результати видачі обраного ним веб-ресурсу відповідно до різних пошукових запитів, які були отримані при виконання завдання до теми 1, і оцінює обсяги роботи SEO-копірайтера, необхідні для підвищення результатів видачі.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* Обговорення запропонованих студентами прикладів доцільно організувати як дискусію на аудиторному занятті.

### **Рекомендована література**

1. Best Marketing (2021). Оптимізований текст: що це таке? *Best Marketing*. <https://bestmarketing.com.ua/ua/optymizovanyy-tekst-shcho-tse-take/>
2. Fabrika sliv (2024). Що повинен вміти копірайтер. *Fabrika sliv*. <https://fabrika-slov.com/uk/chto-dolzhen-umet-kopirajter/>

3. Seo-itk (2020). Чи потрібно знати SEO, щоб просувати власний сайт? *WEB STUDIO IT-KITCHEN*. <https://it-kitchen.com.ua/chy-potribno-znaty-seo-shhob-prosuvaty-vlasnyj-sajt/>
4. Work.ua (2026). Вакансії SEO-копірайтерів. *work.ua*  
<https://www.work.ua/jobs-kyiv-seo-%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B5%D1%80/>
5. Work.ua (2026). Функціональні обов'язки SEO-копірайтера. *work.ua*  
<https://www.work.ua/jobs/7826031/>
6. Поліщук Г. (2023). Саморозвиток копірайтера: як покращити свої навички. *freelancehunt.com* <https://freelancehunt.com/blog/samorozvitok-kopiraitiera-ia-k-pokrashchiti-svoyi-navichki/>
7. Хоменко М. (2024). Бути копірайтером у 2024-му: серйозно? Або які перспективи має галузь. *Speka*. <https://speka.media/buti-kopiraiterom-v-2024-mu-seriozno-vrxlyg>
8. Хомчук О. (2024). LIGA.net шукає редакторів, журналіста(-ку) та SEO-спеціалістів. *LIGA.net* <https://news.liga.net/ua/other/news/liganet-shukaie-redaktoriv-zhurnalista-ku-ta-seo-spetsialistiv>

## ТЕМА 3. Технічний аудит сайту. Індексція сторінок

### План

1) Розділи та завдання технічного аудиту сайту:

- Аналіз індексації та сканування,
- Оцінка швидкості та продуктивності,
- Мобільна адаптація та верстка,
- Структура URL та переадресації,
- Помилки сервера та безпека,
- Інтеграція з сервісами аналітики.

2) Хто виконує технічний аудит сайту, якими є результати цього аудиту, роль та включення SEO-спеціалістів у процес технічного аудиту сайту

*(Досвідчені SEO-спеціалісти, оптимізатори, вебмайстри або технічні спеціалісти (програмісти), часто у команді з QA-фахівцями, аналізують роботу серверів, швидкість завантаження, структуру сайту, наявність помилок у коді та відповідність вимогам пошукових систем)*

3) Основні функції, які виконує пошукова система:

- Сканування
- Індекссування
- Ранжування

4) Індексція сторінок сайту, основні способи її перевірки та прискорення

*(Індексція сторінок сайту — це процес сканування сайту пошуковими роботами та додавання його сторінок до бази даних пошукової системи, що робить їх видимими у результатах пошуку. Тому для успішної індексації потрібен якісний унікальний контент, мобільна оптимізація та наявність зовнішніх посилань)*

## Методичні настанови

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про індексацію сторінок веб-сайту доцільно доповнити невеликою вправою, яку студенти можуть виконати самостійно – перевірити власноручно, чи індексується взагалі обраний ними веб-ресурс. Це можна виконати за допомогою Google Search Console. І рекомендувати студентам перед тим прочитати відповідний матеріал, який пояснить, які саме дії потрібно виконати і на які показники звернути увагу.

*Кейс-метод:* студент аналізує веб-ресурс, до якого має власне відношення або який вважає цікавим для аналізу: досліджує як працює індексація і якою є ефективність сайту в пошуковій видачі. До результатів цього аналізу додає власні міркування – чи отриманий результат є задовільним і як його можна покращити.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* Доцільно організувати дискусію на аудиторному занятті для обговорення отриманих студентами результатів аналізу індексації обраних ними веб-ресурсів.

## Рекомендована література

1. Атарщикова М. (2023). Шість способів перевірити індексацію сайту чи сторінки. *Netpeak*. <https://netpeak.net/uk/blog/shist-sposobiv-pereviriti-indeksatsiyu-saytu-chi-storinki/>
2. Грицюк М. (2025). Як провести технічний SEO-аудит сайту: поетапний розбір. *MMR*. <https://mmr.ua/longreads/marketyng/yak-provesty-tehnichnyy-seo-audit-saytu-poetapnyy-rozbir/>
3. Дімура М. (2025). SEO-аудит сайту – як зробити самому. *Business Site*. <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/seo-audit-sajtu-yak-zrobiti-samomu.html>
4. Іванченко С. (2024). Індексція сайту та методи впливу на неї. *Wedex*. <https://wedex.com.ua/blog/indeksatsiya-sajtu-ta-metodi-vplivu-na-neyi/>
5. Редакція Inweb (2021). Як перевірити індексацію сайту в Google? *Media Inweb*. <https://theinweb.media/kak-proverit-indeksatsiyu-sayta/>

## **ТЕМА 4. Пошукові системи. Принципи та алгоритми пошукового ранжування сайтів**

### **План**

1) Пошукові системи: які існують, чим відрізняються, у чому подібні

- Google: Найбільша пошукова система, лідер в Україні та світі, має найширші алгоритми пошуку.
- Bing: Головний конкурент Google від Microsoft, відомий якісним візуальним пошуком (фото/відео).
- Yahoo!: Одна з найстаріших пошукових систем, часто використовує результати Bing.
- Baidu: Лідуюча пошукова система в Китаї.
- Meta.ua: Українська пошукова система.
- Спеціалізовані системи: пошук зображень (Google Lens), відео або товарів

2) Алгоритми індексування та ранжування. Поділ на елементи, сортування, присвоєння унікальних індексів. Окрема увага – тому, як пошукова система намагається визначити «корисність» або «цінність» кожного знайденого нею веб-ресурсу для сформульованого користувачем пошукового запиту. Роль штучного інтелекту в ранжуванні

3) Релевантність сайту. Смысловий та формальний критерії релевантності

4) Контентні фактори ранжування

- Використання ключових слів
- Унікальність контенту
- Довжина контенту
- Мультимедіа
- Оптимізація зображення

5) Поведінкові фактори ранжування. Час очікування, показник відмов,

глибина переглядів та інші фактори, які впливають на «рішення» пошукової системи щодо ранжування результатів пошуку

б) Дії, які підвищують ранжування, та основні помилки, які знижують ранжування

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, рекомендувати студентам проаналізувати зміст сніпетів різних веб-ресурсів, які є основними конкурентами до їхнього власного веб-ресурсу. А також порівняти з прикладами сніпетів лідерів відповідного сегменту ринку. Зробити висновки щодо привабливості різних сніпетів.

*Кейс-метод:* студент аналізує сніпет веб-ресурсу, до якого має власне відношення або який вважає цікавим для аналізу. Після цього текст цього сніпету потрібно відредагувати таким чином, що він точніше відповідав основним пошуковим запитам цільової аудиторії. А після цього порівняти рівень клікабельності веб-ресурсу до та після редагування сніпету.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* На аудиторному занятті студенти обговорюють отриманий ними досвід вивчення та редагування сніпетів. Роблять висновки з результатів спостережень та експериментів.

### **Рекомендована література**

1. Шоляк В. (2024). Фактори ранжування сайту в пошукових системах. *Wizeclub*. <https://wizeclub.education/blog/faktori-ranzhuvannya-sajtu-v-poshukovih-sistemah/>
2. Нікітюк С. (2023). Основні фактори ранжування сайту в Google. *Wedex*. <https://wedex.com.ua/blog/osnovni-faktori-ranzhuvannya-sajtu-v-google/>
3. Команда ІТ-компанії (2022). Ранжування сайту. *Wezom*. <https://wezom.com.ua/ua/blog/ranzhirovanie>

## **ТЕМА 5. Пошукові системи. Особливості верстки і сприйняття текстів пошуковиками**

### **План**

- 1) Верстка веб-сайту, її елементи та роль для сприйняття цільовою аудиторією та пошуковими системами
  
- 2) Підходи до верстки веб-сайтів
  - Статична верстка
  - Динамічна верстка
  - Адаптивність, респонсивність сайту як підхід до його верстки
  - Паралакс-верстка
  - SPA верстка (Single Page Application)
  
- 3) Види верстки веб-сайтів
  - Таблична верстка
  - Блокова верстка
  - Адаптивна верстка
  - Семантична верстка
  
- 4) Семантичне ядро сайту
  
- 5) Зв'язок між версткою веб-сайту та роботою пошукових систем. Чому семантика сайту важлива
  
- 6) Основні помилки верстки, які погіршують сприйняття веб-сайту аудиторією та пошуковими системами

## Методичні настанови

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про зв'язок між версткою веб-сайту та роботою пошукових систем варто доповнити прикладом ефективної верстки. Для того, щоб студенти навчилися самостійно знаходити приклади, які є корисними для вивчення, завдання на самостійне опрацювання має полягати в пошуку кожним з них прикладу вебсайту, вартого для вивчення. Знайдений приклад студент має проаналізувати з точки зору його цінності та має виокремити основні чинники, які він виділив як підстави стверджувати, що знайдений приклад є цінним для вивчення.

*Кейс-метод:* студент аналізує веб-сайт, до якого має власне відношення або який вважає цікавим для аналізу: проводить порівняння між обраним ним вебсайтом та «ефективним прикладом», який був знайдений та проаналізований у першій частині завдання (описано вище). Результати порівняння студент доповідає на занятті та робить висновки щодо найважливіших аспектів ефективності верстки, які мають бути враховані для підвищення місця обраного ним вебсайту у пошуковій видачі.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* Приклади та висновки з проведеного аналізу студенти обговорюють на аудиторному занятті.

## Рекомендована література

1. SEO banda (2024). Верстка Сайту: основні поняття та принципи. *Seobanda*. <https://www.seobanda.com/uk/website-layout-basic-concepts-and-principles/>
2. Іванина Р. (2023). Що таке семантична верстка й навіщо вона потрібна для SEO. *Elit web*. <https://elit-web.ua/ua/blog/semanticheskaya-verstka-sajta>
3. Синявський А. (2024). Оптимізація на етапі створення сайту. *Wezom*. <https://wezom.com.ua/ua/blog/kak-optimizirovat-novyj-sajt>
4. Софіна К. (2024). SEO та дизайн – як впливає на просування. *Business Site*. <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/seo-ta-dizajn-yak-vplivaye-na-prosuvannya.html>

## **ТЕМА 6. Пошукові запити. Тенденції. Типи пошукових запитів**

### **План**

1) Типи пошукових запитів:

- Навігаційні (та субтипи: сайтові та сторінки на певному сайті),
- Інформаційні,
- Транзакційні,
- Комбіновані,
- Складні

2) Частотність пошукових запитів (низькочастотні, середньочастотні, високочастотні)

3) Збір та аналіз інформації (парсинг)

4) Пошукові запити та тенденції за даними Google Trends

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про тенденції у пошукових запитах доповнити прикладами переліків найбільш популярних пошукових запитів, наведених у різних джерелах. І рекомендувати студентам проаналізувати причини різниці між переліками з різних джерел.

*Кейс-метод:* студент аналізує статистику власного веб-ресурсу за обраний ним період часу з точки зору найбільш популярних матеріалів, тем, рубрик, тощо. Корисно взяти для аналізу дані з Google Analytics. За результатами аналізу формулює власні висновки щодо можливих причин такої ситуації та пропонує дії, які можуть збільшити популярність цільових тематик або рубрик у наступному періоді.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* Обговорення прикладів, проаналізованих студентами, та їхніх пропозицій щодо впровадження змін та прогнозованих результатів таких змін доцільно організувати як дискусію на аудиторному занятті.

### **Рекомендована література**

1. Google Ad Sense (2024). Поради від Google: Пов'язані пошукові запити для сторінок із контентом. *Google*. <https://support.google.com/adsense/answer/10233819?hl=uk>
2. Msystem (2024). Пошукові оператори Google: що це і як їх використовувати? *Msystem*. <https://msystem.ua/ua/poshukovi-operatori-google-shho-ce-i-jak-ih-vikoristovuvati/>
3. Гільдія Маркетингу (2023). Google Trends та Google Keywords Planner: Як знайти ключові слова і оцінити пошукові тренди. *Гільдія Маркетингу*. [https://www.youtube.com/watch?v=ZMEk\\_3f-GiM](https://www.youtube.com/watch?v=ZMEk_3f-GiM)
4. Звонарьов М. (2024). Як дізнатися кількість пошукових запитів? *Perfect SEO*. <https://perfect-seo.com.ua/perevirka-chastotnosti-zapytiv/>
5. Коваль В. (2023). Як знайти пошукові запити та частотність? [https://www.youtube.com/watch?v=x3pFqIy5\\_2s](https://www.youtube.com/watch?v=x3pFqIy5_2s)
6. Сотула А. (2023). Як дізнатися кількість запитів у Google: 7 способів. *Serpstat*. <https://serpstat.com/uk/blog/yak-diznatisya-kilkist-zapitiv-u-google/>
7. Шевченко Т. (2025). Парсинг сайтів: що це і навіщо він потрібен? *Web promo*. <https://web-promo.ua/ua/blog/parsing-sajtov-chto-eto-i-zachem-nuzhen/>

## ТЕМА 7. SEO контент-стратегія. Фази SEO-копірайтингу

### План

1) SEO контент-стратегія: призначення та основні завдання (збільшення трафіку без оплати за нього, підвищення видимості бренду, формування експертності)

2) Ключові складові SEO контент-стратегії:

- Аналіз цільової аудиторії та пошукових намірів (Intent): розуміння того, що саме шукають користувачі.
- Семантичне ядро: підбір ключових слів, за якими сайт буде просуватися.
- Структура контенту: планування тематик, статей, відео та їх розміщення на сайті.
- Оптимізація: використання метатегів (Title, Description, H1-H6), внутрішня перелінковка та підвищення читабельності.
- Регулярність та аналіз результатів: регулярне оновлення сайту та відстеження позицій у видачі

3) Зв'язок між SEO контент-стратегією та роботою SEO-копірайтера: ключові моменти

4) Основні фази SEO-копірайтингу:

- Аналітичний етап (Підготовка):
  - Визначення цілей: Що має зробити користувач після прочитання
  - Аналіз ЦА: Розуміння потреб та проблем цільової аудиторії
  - Аналіз конкурентів: Вивчення контенту в ТОП-10 за запитам.
- Формування семантичного ядра (Збір ключових слів):
  - Підбір головних і допоміжних (LSI) ключових слів
  - Кластеризація (групування) запитів для створення структури статті.
- Структурування та складання плану:

- Розробка логічної структури: заголовок H1, підзаголовки H2-H4
- Розподіл ключових слів по блоках статті.
- Написання контенту (Копірайтинг):
  - Створення корисного, зрозумілого та структурованого тексту, орієнтованого на користувача
  - Органічне впровадження ключових слів.
- SEO-оптимізація та редактура:
  - Оптимізація заголовків (Title, H1-H6) та Meta Description
  - Перевірка технічних параметрів: унікальність, зати́гнутість викладення, обсяг
  - Додавання внутрішніх посилань.
- Аналіз та корекція (Пост-оптимізація):
  - Перевірка тексту на відповідність LSI-технологіям
  - Аналіз результатів після публікації та внесення коригувань за потреби

## 5) Основні помилки та методи запобігання ним

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, до інформації про основні фази SEO-копірайтингу варто додати завдання студентам знайти приклад якісно написаного SEO тексту та проаналізувати його відповідно до вимог до такого тексту. Тематика тексту має знаходитись в зоні інтересів студента, в який він/вона працює, має власну експертизу, тощо. Студент має пояснити, чому обрав цей приклад як якісний, за якими критеріями зроблений висновок про якість обраного прикладу.

*Кейс-метод:* результатом аналізу тексту, знайденого студентом для виконання завдання, описаного вище, має бути перелік висновків, кожен з яких має відповідати одній з вимог до якісного SEO тексту. Студент має пояснити, що саме і за якими ознаками, є свідченням якості виконання відповідної вимоги.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* На аудиторному занятті студенти обговорюють знайдені ними приклади якісних SEO текстів та власні висновки щодо того, за якими характеристиками та критеріями вони дійшли висновку про якість свого прикладу.

### **Рекомендована література**

1. Дімура М. (2024). SEO-копірайтинг – як правильно писати тексти. *Business Site*. <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/seo-kopirajting-yak-pravilno-pisati-teksti.html>
2. Жиляєв В. (2022). SEO Writing для початківців: як писати статті для читачів та Google? *Serpstat*. <https://serpstat.com/uk/blog/seo-writing-yak-pisati-statti/>
3. Павлов М. (2026). SEO-стратегія. *Onpage School*. <https://onpage.school/seo-strategy/>
4. Романенко О. (2024). ТОП-10 помилок при SEO-просуванні сайту. *Wedex*. <https://wedex.com.ua/blog/top-10-pomilok-pri-seo-prosuvanni-sajtu/>
5. Руденко К. (2024). 4 поради для створення ефективної SEO контент-стратегії для локального бізнесу. *Livepage*. <https://livepage.ua/articles/4-valuable-tips-to-build-your-local-seo-content-strategy.html>
6. Сологуб Д. (2023). Найпоширеніші помилки в текстах SEO, яких потрібно уникати. *Content writer*. <https://contentwriter.com.ua/naiposhyrenishi-pomylky-v-tekstakh-seo/>

## **ТЕМА 8. Бриф або технічне завдання. Структура ТЗ для копірайтера**

### **План**

1) Бриф як інструмент роботи копірайтера та як важливий елемент фіксації домовленостей

2) Види брифів в залежності від завдань:

- бриф-анкета
- креативний бриф
- експертний бриф

3) Анкетування та інтерв'ювання замовника як два методи збирання інформації для складання завдання для копірайтера

4) Основні складові частини технічного завдання (ТЗ) для SEO-копірайтера:

- Загальна інформація (тема статті, назва, ціль тексту, короткий опис компанії/продукту)
- Семантичне ядро (ключові слова)
- Структура тексту (заголовки різних рівнів, марковані та нумеровані списки, таблиці, тощо)
- Технічні параметри (обсяг тексту у символах, унікальність, тощо)
- Вимоги до метатегів
- Вимоги до змісту (стиль викладення, джерела інформації, приклади та ін.)
- Оформлення та терміни

5) Поширені помилки при підготовці брифу та ТЗ

### **Методичні настанови**

*Пояснювально-ілюстративний метод:* лекцію-презентацію варто доповнити матеріалами для самостійного опанування. Наприклад, інформацію про

структуру брифу варто доповнити прикладами – короткого та розгорнутого брифів. Студенти мають ознайомитись з відповідними аналітичними матеріалами, які дозволять їм самостійно розібратись у тому, як «розуміти» бриф – які саме обмеження та настанови закріплені в кожному пункті брифу і як ці обмеження та настанови мають трансформуватися в SEO-текст.

*Кейс-метод:* студент аналізує обрану ним сторінку веб-сайту і складає завдання на доопрацювання чи переробку тексту для цієї сторінки. Окремо до цього завдання необхідно описати мету – що саме має змінитися в результатах видачі цієї сторінки пошуковими системами.

*Інтерактивно-комунікативний метод:* На аудиторному занятті студенти обговорюють створені ними завдання під чітко визначену мету. Дискусію доцільно організувати таким чином, щоб її результатом стало уточнення чи посилення напрацювань студентів – щоб уточнені завдання дозволяли отримати вищі результати.

## **Рекомендована література**

1. Академія SEO (2022). Типові помилки копірайтерів при написанні текстів. *Академія SEO*. <https://seo-akademiya.com/ua/baza-znan/kontent/tipovi-pomilki-kopirajteriv/>
2. Ашпін М. (2023). Як складати ТЗ копірайтеру, щоб отримати ідеальну статтю. *Serpstat*. <https://serpstat.com/uk/blog/yak-sklasti-tz-kopirajteru-shob-otrimati-idealnu-stattyu/>
3. Гордієнко К. (2024). Створення ТЗ за допомогою ШІ: швидше, легше, краще [+шаблон та приклади]. *Serpstat*. <https://serpstat.com/uk/blog/stvorennya-tz-za-dopomogoyu-shi-prikladi/>
4. Копанева О. (2019). Складаємо бриф для клієнта: поради, секрети та приклади. *Textum*. <https://textum.com.ua/blog/skladayemo-brif-dlya-kliyenta-poradi-sekreti-ta-prikladi/>

## **КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ**

Контроль знань студентів здійснюється за модульно-рейтинговою системою.

Упродовж семестру бали доцільно розподілити за такою логікою:

- 30 % балів — на аудиторні заняття (семінарські та самостійні заняття);
- 50 % — на практичну роботу «Розроблення плану дій та апробація цього плану для досягнення запланованих результатів щодо покращення результатів видачі у відповідь на пошуковий запит»;
- 20 % — на підсумкову презентацію результатів дій та аналізу ефективності виконаної роботи.

### **ПРАКТИЧНА РОБОТА «Розроблення плану дій та апробація цього плану для досягнення запланованих результатів щодо покращення результатів видачі у відповідь на пошуковий запит»**

Опановуючи навчальну дисципліну, студенти впродовж семестру виконують роботу «Розроблення плану дій та апробація цього плану для досягнення запланованих результатів щодо покращення результатів видачі у відповідь на пошуковий запит». Ця робота є комплексом завдань, виконання яких кожним студентом дає можливість через власний досвід отримати розуміння практичних аспектів роботи та інструментарію SEO-копірайтера. Для цього слід:

- 1) Для обраного веб-ресурсу провести аналіз результатів видачі цього веб-ресурсу у відповідь на ключові пошукові запити.
- 2) Сформулювати мету і завдання для SEO-оптимізації.
- 3) Дослідити основних конкурентів та скласти перелік завдань з доопрацювання обраного веб-ресурсу для покращення результатів видачі пошуковими системами.
- 4) Виконати заплановані дії як SEO-копірайтер, проаналізувати результати, зробити висновки.
- 5) На основі висновків внести необхідні зміни у власний план дій.

## **САМОСТІЙНА РОБОТА**

Самостійна робота студента слугує вивченню ним питань, які є важливими для розуміння факторів власної роботи та аспектів взаємодії з колегами по команді для досягнення найвищої результативності SEO-копірайтером. Оскільки багато цих питань лежать поза межами тем, закріплених у програмі цього курсу, вивчення цих аспектів відводиться на самостійну роботу.

## **ПІДСУМКОВА ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ**

На основі опанованого в курсі матеріалу студент повинен виконати аналітичну роботу і представити звіт за результатами «Розроблення плану дій та апробація цього плану для досягнення запланованих результатів щодо покращення результатів видачі у відповідь на пошуковий запит».

У звіті:

- обсервувати власний досвід виконання робіт SEO-копірайтером;
- сформулювати висновки щодо найбільш та найменш ефективних дій та причин того, що ефективність дій була саме такою;
- зробити висновки та запропонувати уточнений план дій, який дозволить отримати запланований результат. Або скоригувати результат, якщо аналіз покаже недосяжність попередньо запланованого.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Грозна О. Просування контенту інтернет-медіа. SEO та SMM: електронні дидактичні матеріали для студентів ННІЖ. Київ. Навчально-науковий інститут журналістики, 2024. 37 с.
2. Золотарьова К. (2024). SEO-тексти 2024: що замовляють клієнти зараз. *Site24*. <https://site24.com.ua/seo-teksti-2024-shho-zamovlyayut-klienti-zaraz/>
3. Каплунов Д. Бізнес-копірайтинг. Як писати тексти, щоб залучати клієнтів. К., 2024
4. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг 2.0. К., 2023
5. Каплунов Д. Копірайтинг в алгоритмах. К., 2023
6. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. К., 2019.
7. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. К., 2018.
8. Ромат Є. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / Є. В. Ромат, І. О. Бучацька, Т. В. Дубовик. – К. : КНТЕУ, 2016. – 283 с.
9. Селіщев М. (2023). Фактори ранжування. *Хорошоп*. <https://horoshop.ua/ua/blog/ranking-factors/>
10. Сомова О. (2022). Як Google ранжує сайти? Ключові слова як фактор. *Web promo*. <https://web-promo.ua/ua/blog/kak-google-ranzhiruet-sajty-klyuchevye-slova-kak-faktor/>
11. Сологуб Д. (2024). Основні принципи SEO-копірайтингу. *Content writer*. <https://contentwriter.com.ua/pryntsypy-seo-kopiraitynhu/>
12. Mladenov V. (2024). SEO-копірайтинг: Керівництво по створенню контенту, який ранжирується. *Ranktracker*. <https://www.ranktracker.com/uk/blog/seo-copywriting-a-guide-to-creating-content-that-ranks/>
13. Девятка О. (2023). SEO-копірайтинг: що це таке, як його використовувати та трошки про ChatGPT. *Український копірайтер*. <https://www.devyatka.com.ua/poshukova-optimizacziya/seo-kopirajtyng/>

14. Amerland David. SEO Help: 20 Semantic Search Steps that Will Help Your Business / David Amerland. – New Line Publishing, 2015. – 190 p.
15. 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.
16. 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.
17. Enge E. The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization / Eric Enge, Stephan Spencer. – O'Reilly Media, 2015. – 994 p.
18. Kennedy G. Seo: Marketing Strategies to Dominate the First Page (SEO, Social Media Marketing) / Grant Kennedy. – CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. – 122 p.
19. 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.
20. Toonen E. (2023). SEO copywriting: the ultimate guide. *Yoast*. <https://yoast.com/complete-guide-seo-copywriting/>
21. Koščová G. (2022). SEO and Copywriting: The Ultimate Guide. *Marketingminer*. <https://www.marketingminer.com/en/blog/seo-copywriting-guide.html>
22. Dean B. (2025). SEO Copywriting: The Definitive Guide. *Backlinko*. <https://backlinko.com/seo-copywriting>
23. Schmidt S. (2025). The 10 Best SEO Content Writing Services of 2024. *Siegemedia*. <https://www.siegemedia.com/creation/seo-content-writing-services>
24. Comrade Digital Marketing Agency (2024). The Guide to SEO Copywriting: Create Content That Ranks. *Medium*. <https://medium.com/@comradeweb/the-guide-to-seo-copywriting-create-content-that-ranks-97887cb472df>