

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

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

Олексій Погорелов

SEO-КОПРАЙТИНГ

Методичні рекомендації.

Частина 2. Практичні заняття та самостійна робота

КИЇВ 2026

Погорелов О.В. SEO-копірайтинг : методичні рекомендації. Практичні заняття та самостійна робота. Київ : Навчально-науковий Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2026.

Мета курсу «SEO-копірайтинг» — надати студентам знання про основи SEO-копірайтингу, сформуванню 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:

Рижко О.М., доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри видавничої справи та редагування Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Зелінська А.А., кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент 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. Практичні 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. Проблематика та організація занять. Самостійна робота

5. Контроль знань

6. Рекомендовані джерела

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. ІІІ та SEO-копірайтинг
- 20 ТЕМА 20. SEO-рерайтинг

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. SEO-копірайтинг. Загальні положення

Практичні заняття

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.

Організація практичних занять

Для забезпечення максимальної ефективності практичних занять їх варто організувати у змішаному форматі. Викладач ставить письмові завдання в Google Class, описуючи для кожного завдання як саме завдання, так і форму представлення результатів виконаного завдання. Студенти виконують завдання і здають виконані роботи у Google Class. Викладач вивчає та оцінює здані роботи, надаючи кожному студенту зворотний зв'язок у вигляді коментарів та порад щодо покращення виконання завдання. Ці рекомендації

мають бути як мінімум враховані студентом під час роботи над наступним завданням.

Час на виконання завдань студентами та на оцінювання виконаних завдань потрібно розрахувати таким чином, щоб на кожному наступному практичному занятті – яке проводиться в аудиторії, вживу – студенти могли коротко презентувати свої завдання та обговорити в групі сильні та слабкі сторони, а також можливість посилення запропонованих ними ідей. Викладач спрямовує дискусію таким чином, щоб студенти мали можливість допомогти один одному подивитися на виконане завдання «зі сторони» і завдяки такому підходу зрозуміти логіку того, як описану ними ідею оцінює споживач, який шукає відповіді на свої запитання за допомогою пошуковиків. Саме ця дискусія має надавати студентам важливу практику оцінювання власних ідей крізь призму запитів цільової аудиторії та здоровий сумнів щодо потреби критично оцінювати свої ідеї.

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

Практична робота студентів в межах вивчення дисципліни SEO-копірайтинг має допомогти їм доповнити отриману теоретичну інформацію розумінням практичних аспектів. Навчальних годин, які відводяться на практичні заняття, навряд чи буде достатньо для формування навичок. Тому варто націлювати завдання на практичні заняття саме на розуміння студентами практичних аспектів роботи SEO-копірайтера.

В цих Методичних рекомендаціях наведений один з можливих прикладів побудови усіх практичних занять курсу таким чином, щоб «провести» студента крізь основні елементи роботи SEO-копірайтера – від вивчення ситуації та постановки завдання до розробки плану дій та виконання окремих пунктів цього плану.

Отже, один з варіантів основного завдання практичної роботи студентів на модулі ЗМ-1 - це розробка плану дій з доопрацювання текстової частини власного веб-ресурсу до вимог SEO оптимізації. Кінцевим результатом цієї роботи має стати як мінімум план дій з відповідними завданнями та очікуваними результатами. А краще – план дій плюс практичні кроки з його здійснення. Наприклад, тестування окремих елементів цього плану або виконання перших кроків та перевірка плану на життєздатність.

В кінці студент представляє та захищає власний план дій та результати, отримані за час роботи над ним. Захист результатів цього міні-проєкту буде основою для заліку. А виконання поточних завдань під час вивчення курсу є основою для оцінювання поточної успішності студента в процесі опанування дисципліни.

Тому першим завданням має бути вибір студентом предмету свого дослідження (веб-сайту, веб-сторінки, тощо) та постановка цілі – що саме має бути досягнуто до дати заліку, протягом навчального семестру. Студент має описати завдання, суть проблеми, очікуваний результат та критерії, за якими цей результат необхідно оцінювати щоб бачити якість виконаної протягом семестру роботи.

ТЕМА 2. SEO-копірайтер. Функціональні обов'язки

На підставі отриманого зворотного зв'язку від викладача за результатами виконання першого завдання студенти доопрацьовують свої ідеї та плани. Увагу потрібно сфокусувати на проблемі та кінцевому результаті: яку саме проблему буде вирішувати те, що буде створюватися? Які зміни мають статися завдяки тому, що студент зробить свою роботу максимально якісно? Який результат роботи студента є основним – наголос має бути на тому, щоб студент самостійно обрав щось одне, найважливіше. Окремо необхідно описати яким чином буде вимірюватися результат, за яким індикатором? І з якого джерела буде отримана інформація для того, щоб зробити таку оцінку? І яке значення має мати цей обраний індикатор в кінці проєкту – у порівнянні до значення цього індикатора станом на подання завдання викладачу на оцінювання.

ТЕМА 3. Технічний аудит сайту. Індексція сторінок

Отримавши зворотний зв'язок та рекомендації викладача на друге виконане завдання, студент має скласти план дій для виходу на запланований результат. Іншими словами, потрібно запланувати кроки, проходження якими дозволить дійти до поставленої мети. Термін отримання такого результату - до заліку.

Метою для проєкту у межах дисципліни SEO-копірайтинг має бути кращий результат видачі веб-сайту чи веб-сторінки у результатах пошуку. Відповідно, студенти мають виходити з логіки, що потенційний читач/відвідувач/клієнт, шукаючи рішення для власної задачі, буде використовувати пошук. Відповідно, пошукова система, у результатах пошуку, має видати, серед інших, і сторінку/ресурс, який розвиває студент. Зрозуміло, що метою студента має бути такий результат видачі у результатах пошуку, щоб потенційний читач перейшов саме на той ресурс, який розвиває студент.

Тому у цьому завданні студенту необхідно продумати і записати усі можливі результати, яких заплановано отримати за допомогою SEO інструментів. І побудувати покроковий план досягнення цих результатів.

Цей крок передуює наступному, в якому необхідно створити перелік того, що потрібно змінити або створити на веб-ресурсі – те, без чого ключові слова не спрацюють так, як потрібно для досягнення запланованого. Для тих студентів, які якісно виконують основне завдання (складання плану дій) додатковою можливістю буде створення більш детального переліку змін.

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

За результатами аналізу робіт студентів, поданих як виконання попереднього завдання, викладач приймає рішення щодо змісту наступного завдання. Для тих, хто попереднє завдання виконав якісно, новим завданням буде складання переліку змін, описаного в останньому параграфі попереднього завдання. Для тих, хто не зміг скласти дієвий план, завдання має бути уточнене і подане повторно. Оскільки без ефективного плану дій рухатися далі неможливо.

Отже, новим завданням буде «самоконтроль». Для частини студентів це буде саме перевірка себе, а для другої частини – додатковий раунд аналізу і уточнення власної моделі SEO-оптимізації.

Суть завдання така.

1. Проаналізувати аудиторію – що саме шукають люди, і у зв'язку з чим шукають це. Іншими словами, необхідно вивчити, що шукають тоді, коли вирішують одне або інше завдання – потрібно описати ці «пари», кожна з яких являє собою ціль пошуку та відповідний пошуковий запит. Також потрібно описати, як люди реагують на різні результати видачі, що з цього є потенційно найбільш результативним.
2. Проаналізувати конкурентів – що саме видає пошукова система по кожному з них. Дослідити, що студенту подобається у конкурентів найбільше, що у них виглядає як ефективно, а що – як помилкове. Також вивчити, у яких моментах веб-ресурс, який розвиває студент, має перевагу перед конкурентами (яку потрібно активно підкреслювати), а у яких конкуренти є сильнішими.
3. Проаналізувати успішні приклади – як працюють з SEO великі та успішні компанії (магазини електроніки, одягу, і т.і.) – що саме з їхніх рішень варто взяти на озброєння.
4. Проаналізувати власний веб-ресурс – що на ньому працює добре, а що взагалі не можна знайти через пошук. Також вивчити, що видає пошук по досліджуваному веб-сайту, і як то посилити.

5. Після виконаних дій 1-4, проаналізувати власний план з SEO – як задумане має спрацювати для досягнення поставленої мети, враховуючи результати аналізу з пунктів 1-4? Які моменти у складеному плані дій варто виправити, посилити, переробити? А що є ефективним і, отже, це варто почати робити якнайшвидше?

6. Доробити власний план дій згідно висновків, зроблених за результатами виконання попередніх пунктів.

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

Виконання цього завдання передбачає роботу з ключовими словами.

1. Необхідно скласти перелік найбільш важливих пошукових запитів цільової аудиторії, які вони використовують, коли шукають інформацію чи веб-ресурс, яка вирішує їхню задачу. Чим детальнішим буде цей перелік – тим краще вдасться проаналізувати обраний студентом веб-ресурс. Основна увага – запитам, які найбільш часто використовуються. Для виконання цього завдання студентам рекомендовано використовувати усі доступні знання, спостереження, результати аналізу Google Trends і пр.
2. До кожного з таких запитів необхідно написати синоніми, подібні слова та словосполучення, які також мають приводити потенційного покупця на веб-сайт, робота якого аналізується.
3. Наступне – проаналізувати заголовки, сторінки, тексти та інші розділи досліджуваного веб-сайту, де мають бути ці ключові слова та словосполучення - щоб пошуковий робот знаходив ці сторінки та ці тексти, коли потенційний покупець буде шукати щось подібне.
4. Скласти покроковий план змін - що і в якій послідовності буде доопрацьовуватись.
5. Зафіксувати значення найважливіших показників - відвідуваність сайту, кількість замовлень, місце в результатах пошукової видачі і пр. Ці стартові значення в подальшому мають бути використані як база для порівняння. Оновлені значення тих самих показників, але після застосованих дій з seo-оптимізації, будуть показувати, наскільки ефективними є застосовані дії та здійснені зміни.
6. Розпочати працювати з текстами веб-сайту так, щоб вплинути на підвищення результатів SEO – виконати дії згідно складеного власного плану.

Привернути увагу студентів до того, що:

- Від загальної кількості і популярності запитів, що просуваються, безпосередньо залежить відвідуваність сайту з пошуку і, безумовно, його «популярність».
- Сукупність запитів, за якими здійснюється просування, носить назву семантичного ядра сайту.
- Робота з оптимізації є циклічною - тобто повторюваною через певний проміжок часу.

ТЕМА 6. Пошукові запити. Тенденції. Типи пошукових запитів

Це завдання є продовженням попереднього. Студенти мають аналізувати результативність своєї роботи, використовуючи стартові значення показників, зафіксовані у попередньому завданні, та порівнюючи поточні значення тих самих показників зі стартовими.

Продовжувати виконання власного плану, враховуючи результати власного аналізу щодо ефективності кожної з застосованих дій. Там, де дії SEO-копірайтера дали малий результат – внести зміни. І продовжити аналізувати зміну основних показників.

Зручно створити таблицю з основними показниками та запланованими діями, і аналізувати по кожному важливому показнику значення «планового» і «фактичного» показника. Позначаючи власний висновок – продовжувати розпочаті дії чи внести зміни. І фіксувати, які саме зміни будуть вноситись.

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

Провести аналіз результативності застосованих дій. По кожному важливому показнику порівняти «факт» і «план» і написати висновок щодо оцінки власної результативності. Наскільки вдалими були дії, наскільки високим є отриманий результат, які подальші дії необхідні (якщо необхідні).

Зробити окремий аналіз щодо того, які дії дали найвищий результат, а які – найнижчий. Проаналізувати причини цього. Записати висновки.

За результатами аналізу зробити висновок – чи ефективною була виконана робота, чи достатньо вдалось підвищити результати видачі веб-сайту і відповідь на головні пошукові запити. Там, де результати недостатні – виконати повторну дію, щоб підвищити якість до потрібної. За потреби – змінити ключові слова та переписати окремі елементи тексту чи текст в цілому.

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

Створити презентацію результатів. Описати суть завдання, яке виконувалось, розкрити яке саме було обрано рішення і чому саме таке, подати результати виконання роботи SEO-копірайтера. Окрему увагу приділити аналізу ефективності обраних креативних рішень, застосування ключових слів, тощо. Аналіз має показувати, які саме зміни в матеріалах веб-сайту спрацювали найкращим чином, виходячи з задоволення пошукових запитів цільової аудиторії. Також дати аналіз того, що не спрацювало. Пояснити власне розуміння причин цього – і дати план наступних дій, які дозволять покращити результат. У висновку зазначити, на скільки відсотків вдалось досягнути запланованого результату, що вплинуло найбільш сильно, а що не спрацювало і чому.

Написати, чи достатніми є отримані результати, чи потрібні подальші дії – і тоді на який результат потрібно вийти після вчинення тих, додаткових, дій.

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. SEO-копірайтинг. Загальні положення

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.

Так, дійсно, результативність роботи SEO-копірайтера суттєво залежить від параметрів та організації роботи самого веб-сайту, для якого SEO-копірайтер готує матеріали, то взаємодія між цим спеціалістом та командою інших фахівців є визначальною. Мова про те, що у відповідь на свій запит до пошукової системи споживач, який шукає потрібну йому інформацію, має швидко отримати інформацію про веб-сайт, який своєю роботою посилює SEO-копірайтер. Для цього і загальна архітектура, і швидкість завантаження, і дизайн, і мобільна версія – усі важливі елементи веб-сайту мають бути високої якості та узгодженими між собою.

Відповідно, під час доопрацювань SEO-копірайтер має вміти самостійно визначити проблему та точно поставити завдання колегам, серед яких SEO-спеціалісти, оптимізатори, вебмайстри або технічні спеціалісти (програмісти), часто у команді з QA-фахівцями. Їхня робота та зона відповідальності - аналіз роботи серверів, забезпечення високої швидкості завантаження сторінок, загальна структура веб-сайту, наявність помилок у коді та відповідність вимогам пошукових систем.

SEO-копірайтеру часто потрібно не тільки написати сам текст, врахувавши специфіку найбільш поширених запитів, але й додати низку посилань, ілюстрацій, можливостей завантаження додаткових документів, тощо. Відповідно, це може вимагати внесення змін у програмування самого веб-

сайту, що, як правило, є захищеним, принаймні з міркувань безпеки. Отже, SEO-копірайтер має поставити грамотне та точне завдання колегам, часто самостійно визначивши, хто це завдання буде виконувати.

Виходячи з цих міркувань, SEO-копірайтер має розуміти як основні принципи побудови веб-сайтів, так і розподіл зон відповідальності між різними спеціалістами, відповідальними за роботу окремих елементів та цілих систем, що забезпечують роботу веб-сайту. Ці знання також допомагають SEO-копірайтеру швидше та точніше знаходити помилки та визначати пріоритетність завдань.

Вивчення роботи веб-дизайнерів, SEO-спеціалістів, оптимізаторів, вебмайстрів, технічних спеціалістів (програмістів), фахівців з роботи з запитаннями та інших важливих учасників команди, яка стоїть за роботою будь-якого серйозного веб-ресурсу, не входить до програми та завдань курсу «SEO-копірайтинг». Так само сюди не входить і дослідження принципів, на яких будується архітектура веб-сайтів, основних блоків програмування сайтів (навіть для таких відносно нескладних можливостей, які надає, наприклад, WordPress - найпопулярніша у світі безкоштовна система керування вмістом (CMS) з відкритим кодом, на якій працює майже половина всіх сайтів в інтернеті. Вона дозволяє створювати та управляти вебсайтами будь-якої складності — від особистих блогів до інтернет-магазинів — без необхідності глибоких знань програмування.

Те саме можна сказати і про роботу пошукових систем, алгоритми яких, до слова, розробники постійно змінюють та доопрацьовують. Вони це роблять як з міркувань покращення якості роботи пошукових алгоритмів та механізмів ранжування, так і з метою боротьби з «засмічуванням» інтернет ресурсів інформацією, яка не несе користі споживачу, але намагається підлаштуватись під алгоритми роботи пошукових систем, щоб залучити увагу якомога більшої кількості користувачів інтернету.

Всі ці важливі аспекти має знати та враховувати у своїй роботі SEO-копірайтер, а тому має приділяти час вивченню основних аспектів та дослідженню тенденцій у царині пошукової оптимізації.

Нижче наведені деякі з основних та найбільш важливих напрямків, які варто самостійно дослідити студентам, які вивчають курс «SEO-копірайтинг» саме з погляду на наведені вище міркування.

Основні тематики, які студенти мають дослідити під час самостійної роботи наведений нижче. Цей перелік не є вичерпним, і викладач може рекомендувати також інші тематики. Головний підхід має полягати у тому, щоб студент, за допомогою цих, додаткових тематик, зміг розібратися (а) в унікальній ролі SEO-копірайтингу та (б) в основах взаємодії SEO-копірайтера з іншими членами команди, яка розвиває та підтримує роботу веб-сайту та працює на залучення та утримання споживачів.

Тематика 1. Основні механізми роботи та розвитку пошукових систем



Рис. 1. Принцип роботи пошукового робота, який використовується пошуковою системою для виявлення нових сторінок в інтернеті

Робот бачить подібні заголовки (Header відповідь)

```
HTTP/1.1 301 Moved Permanently
Server: nginx-reuseport/1.21.1
Date: Wed, 23 Mar 2022 08:11:54 GMT
Content-Type: text/html
Content-Length: 179
Connection: keep-alive
Keep-Alive: timeout=30
Location: https://russianmeal.ru/
```

IP: 87.236.16.228

Код состояния HTTP: HTTP/1.1 301 Moved Permanently

Код перенаправления

Запрошенный документ был окончательно перенесен на новый URI, указанный в поле Location заголовка.

Робот бачить на сторінці код

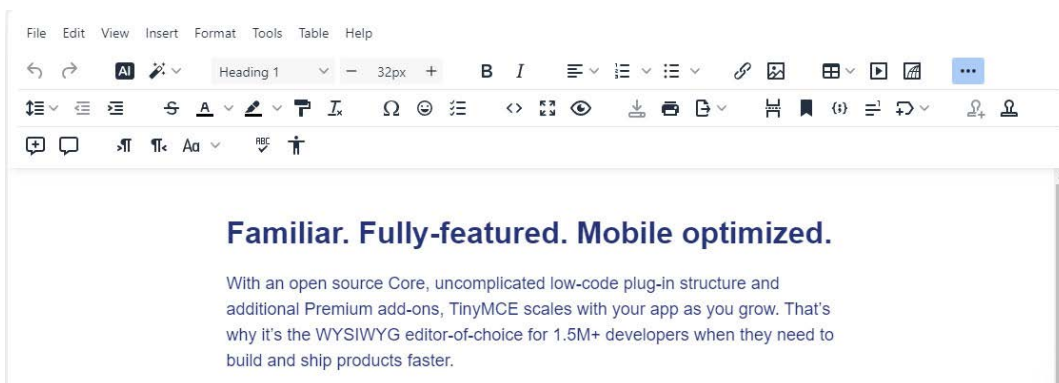
```
1. <html><head><script>function set_cookie(){var now = new Date();var time = now.getTime();time += 19360000 * 1000;now.setTime(time);document.cookie='beget-begetok'+'; expi
```

Рис. 2. Пошуковий робот бачить сайт зовсім не так, як його бачить користувач



Рис. 3. Пошук Google працює за багатоступінчастим алгоритмом і включає декілька етапів, які є взаємопов'язаними

Тематика 2. Веб-адміністратор: основні функції та зони відповідальності



```
<p style="margin: 0cm 0cm 11.25pt; text-align: justify; background: white; font-size: 12pt; font-family: 'Times New Roman', serif;"><span style="font-size: 10.5pt; font-family: Arial, sans-serif; color: black;">Lorem ipsum dolor sit amet , consectetur adipiscing elit. In et ligula vel justo bibendum facilisis. Nam luctus, neque vel fringilla blandit, nulla tellus ornare lectus, tristique dictum est mi a sem. Aliquam elementum ut metus nec dapibus. Nulla sodales massa ut facilisis vulputate. Nunc quis tempor ante. Suspendisse potenti. Suspendisse potenti.</span></p>
```

Рис. 4. Близько 80% роботи адміністратора сайту полягає у роботі з текстовим редактором. Але редактор формує спеціальний код, який відповідає за оформлення, і який читає пошуковий робот. Тому веб-адміністратор має працювати не стільки з Word, скільки з кодом

Тематика 3. Веб-аналітика: як її «читати» щоб бути «гуру» у сфері SEO-копірайтингу

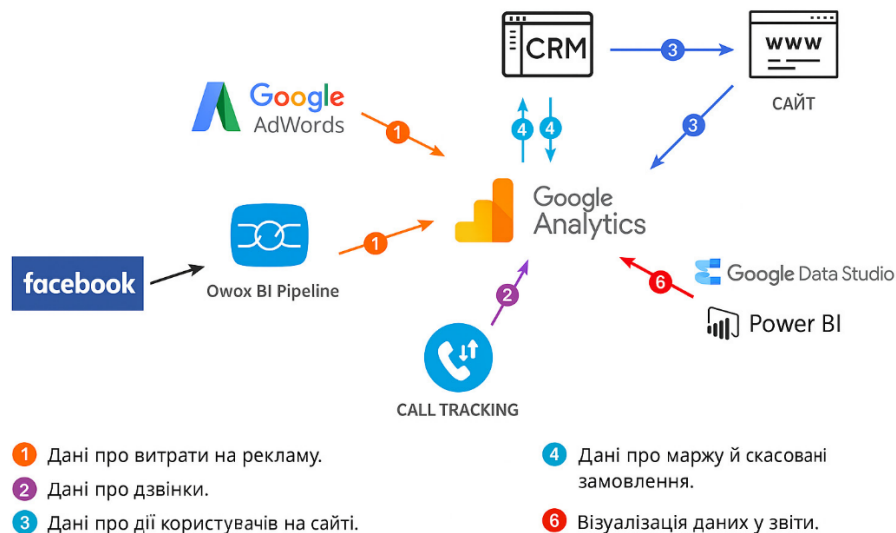


Рис. 5. Google Analytics — популярний сервіс, який дозволяє переглянути джерела трафіку, аудиторію, конверсію, відвідуваність, показник відмов і багато іншого

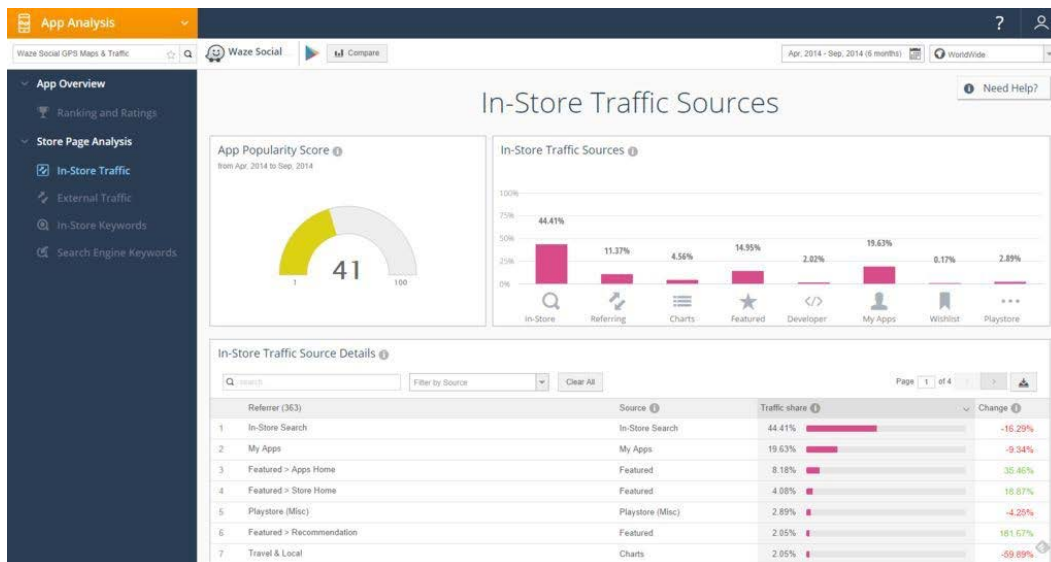


Рис. 6. SimilarWeb дозволяє комплексно вивчити трафік користувача з урахуванням тематики та регіону та має низку корисних інструментів для аналізу конкурентів

Тематика 4. Маркетинг, просування та SEO-копірайтинг.

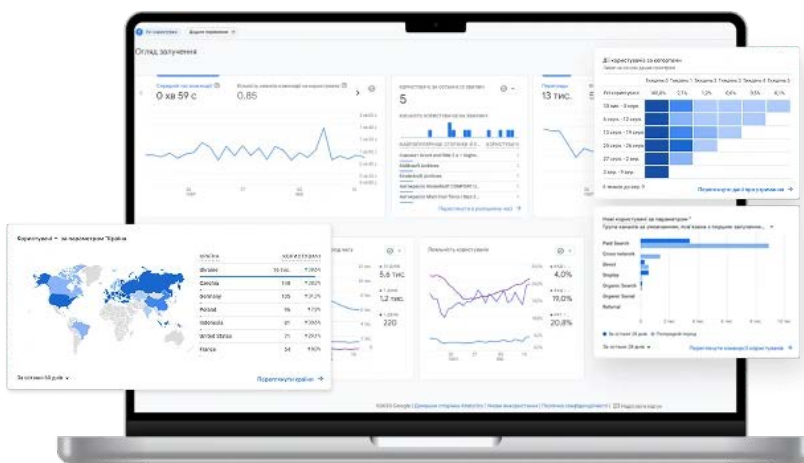


Рис. 7. SEO-копірайтер виконує важливу роботу, але вона завжди є частиною ширшої стратегії. За таку стратегію зазвичай відповідає маркетинг.

Рекомендована література

1. Imbacademy (2022). Розбір інструментів онлайн-маркетингу: від SEO до таргетингу. *International Marketing Business Academy.*

<https://imbacademy.com.ua/blog/ua/rozbir-instrumentiv-onlajn-marketingu-vid-seo-do-targetingu>

2. WEB ROOM (2022). Адміністрування сайту. Як навчитися адмініструвати сайт? *WEB ROOM*. <https://web-room.com.ua/uk/statti/administruvannya-sajtu-yak-navchitisya-administruvati-sajt>
3. Іванина Р. (2024). Як працює пошукова система Google: основні принципи. *Elit web*. <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-rabotaet-poiskovik-google>
4. Іванина Р. (2025). Інструменти веб-аналітики: оптимальні рішення для вашого сайту. *Elit web*. <https://elit-web.ua/ua/blog/web-analytics-tools>
5. Кашалаба В. (2024). SEO-стратегія для бізнесу: покроковий план з прикладами. *Guild Of Marketing*. <https://guildofmarketing.ua/seo-strategiya-dlya-biznesu-pokrokovyj-plan-z-prykladamy/>
6. Про SEO (2022). Що таке пошуковий робот: і як ним керувати. *Про SEO*. <https://proseo.kiev.ua/stati/shho-take-poshukovyj-robot-i-yak-nym-keruvaty/>

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.

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>