



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный университет экономики и
управления «НИНХ»
(ФГБОУ ВО «НГУЭУ», НГУЭУ)

ПРОЕКТ

МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ
ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ПОНЯТИЙНО-ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО АППАРАТА
В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ, СОПРОВОЖДЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ
ИНОЯЗЫЧНЫХ ВЕРСИЙ САЙТОВ И ИНЫХ ИНТЕРНЕТ-КАНАЛОВ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Новосибирск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
2. Понятийно-терминологический аппарат по работе с сайтом	3
3. Понятийно-терминологический аппарат по работе с Интернет-каналами	19

1. Общие положения

Цель настоящих методических рекомендаций – расширение сферы использования сложившегося в профессиональной среде Интернет-индустрии понятийно-терминологического аппарата для целей системы российского высшего образования, в том числе введения ряда понятий в нормативный оборот с целью регулирования деятельности образовательных организаций высшего образования (далее – образовательные организации, вузы) в сети «Интернет».

Задачи:

1. Описание методической терминологии сайта и интернет-канала.
2. Определение понятий, используемых в технологиях мониторинга, создания и продвижения сайтов и интернет-каналов.
3. Интерпретация англо- и русскоязычных понятий, применяемых относительно сайтов и интернет-каналов.

Термины приведены в алфавитном порядке с сопутствующими пояснениями.

2. Словарь терминов и понятий сайта

А

АГС — семейство антиспам-алгоритмов в поисковой системе Яндекс, которые понижают в ранжировании и обнуляют значение ТИЦ у сайтов, которые созданы для продажи с них ссылок или не соответствуют заданным критериям качества.

Адаптивная вёрстка — специализированная HTML-разметка страницы, которая позволяет адаптировать отображение документа (дизайн и содержимое) под разрешение экрана пользователя. Основные типы устройств пользователей: персональный компьютер, планшет, мобильный телефон. Именно данный тип вёрстки активно используется в настоящее время и наиболее эффективен для SEO.

Алгоритм поисковой системы – это формулы по которым поисковые системы определяют, какие сайты показывать пользователю по тем или иным фразам. Алгоритм позволяет найти все интересные для пользователя

сайты, отсортировать их по параметру «интересности/полезности» для пользователя и показать их в результатах выдачи.

Анкор – текст ссылки, расположенный между открывающим и закрывающим тегами <a> и .

Апдейт – обновление базы данных поисковых систем. Апдейты бывают разных видов. Апдейт тИЦ, апдейт Page Rang, апдейт поисковой выдачи, апдейт зеркал сайтов, апдейт favicon. Апдейт поисковой базы меняет позиции сайтов по поисковым запросам.

Б

Бан — тип санкции в поисковых системах, который приводит к полному исключению всех документов с заданного сайта из индекса поисковой системы.

Браузер (веб-обозреватель) — программное обеспечение, предназначенное для просмотра веб-сайтов в интернете. Также может быть использован для просмотра файлов и содержимого веб-документов. К тому же многие современные браузеры поддерживают возможность просмотра документов многих графических форматов, проигрывания аудио и видеофайлов.

Безанкорная ссылка — оксюморон, термин, который используется для обозначения класса ссылок, которые не содержат в анкоре слов (ссылки-картинки), или анкор которых представляет собой доменное имя сайта, внутренний URL-адрес или состоит из слов «тут, здесь, по ссылке, подробнее» и некоторых других.

Битая ссылка — ссылка, которая ведёт на URL с кодом ответа 404 или 410.

В

Вебвизор — технология в Яндекс.Метрике, которая записывает действия посетителей вашего сайта и позволяет вам просматривать их в режиме «живого видео». Вебвизор записывает:

- движения курсора,
- клики мышкой,
- нажатие кнопок на клавиатуре,
- скроллинг,
- бездействие пользователя (записываемая вкладка неактивна). Вебвизор записывает до 150 000 посещений в день с некоторой погрешностью и хранит видеозаписи посещений пользователей в течение 15 дней (включая сегодня).

Внутренняя оптимизация — комплекс мероприятий, направленных на улучшение индексации сайта поисковыми системами и группы факторов ранжирования, которые определяются по содержимому самого сайта.

Внешняя оптимизация — комплекс мероприятий, направленных на улучшение группы факторов ранжирования, которые определяются поисковыми системами по веб-окружению (сторонним сайтам в интернете).

Видимость сайта — процент целевой аудитории, который увидит проект в результатах выдачи по запросам из семантического ядра.

Визит (или сессия) — последовательность действий одного посетителя на сайте. Один уникальный пользователь может совершить на сайте несколько визитов в течение дня (несколько пользовательских сессий).

Входящая ссылка — ссылка, которая ведёт на документ с другого URL.

Внешняя ссылка — ссылка, которая ведёт URL на другом доменном имени. Как правило, ссылка на другой поддомен внутри заданного домена — считается внешней.

Внутренняя ссылка — ссылка, которая ведёт на URL на том же доменном имени.

Г

Гипертекст (Hypertext) — электронный текст, содержащий в своей структуре ссылки на адреса других файлов.

Главная страница (Home page) — начальная (титульная) страница веб-сайта. На главной странице размещаются общие сведения о сайте с указанием того, что представлено во всех его разделах. Внешние ссылки на ресурс, как правило, делаются именно на главную страницу, поэтому число ее посещений намного больше, чем любых других страниц сайта.

Главное зеркало сайта — основной URL-адрес сайта, который участвует в индексации и ранжировании. Устанавливают главное зеркало в файле robots.txt, указывают в веб-мастерских панелях Яндекса и Google, в системах аналитики.

Глубина просмотра — количество страниц сайта, просмотренных пользователем за сеанс.

Графический контент – это наполнение сайта, состоящее из изображений, фотографий и иллюстраций.

Д

Доменное имя (доменный адрес) — уникальный текстовый идентификатор компьютера (хоста), подключенного к сети Интернет. Состоит из слов, написанных латинскими буквами и разделённых точками. Пробелов и других знаков препинания в доменных именах нет. Каждому доменному имени соответствует определенный IP-адрес или несколько IP-адресов. Например, доменному имени `www.rbc.ru` соответствует IP-адрес `194.186.36.150`. Доменные имена являются составляющей частью URL, указывающих на конкретные web-страницы. Доменные имена преобразовываются в IP-адреса службой DNS. Система доменных имен создана для удобства пользователей, которым легче запомнить доменный адрес (например, `www.harvard.edu`, `www.fbi.gov`, `www.louvre.fr` или `www.ddt.ru`), чем числовые значения IP-адресов. Регистрацией доменных имен занимается InterNIC (представитель в России - РОСНИИРОС). Регистрация доменного адреса означает внесение его и соответствующего ему IP-адреса в базу данных DNS-сервера.

З

Закладки (Bookmarks) — сервисная функция браузеров, позволяющая пользователю создавать перечень примечательных Интернет-ресурсов. Щелчок “мышью” по закладке вызывает загрузку данной страницы на компьютере пользователя. В браузере Internet Explorer закладки именуются “Избранное” (Favorites).

Зеркало сайта — дубликат сайта с другим именем домена, созданный для предотвращения перегруженности основного сайта (например, с `www` и без). Зеркалами считаются сайты, являющиеся полными копиями. Копии определяются по совпадению контента на страницах с одинаковыми адресами (`example1.com/page.html` и `example2.com/page.html`). Например, в большинстве случаев хосты `example.com` и `www.example.com` являются зеркалами, так как контент страниц, доступных по одинаковым адресам, не отличается.

И

Инструменты для создания персональных веб-страниц — один из самых распространенных интерпретируемых языков общего назначения. Исходный код PHP является открытым. Одной из основных целей создания

языка было разработать инструмент специально для web-разработок. Код PHP может быть внедрен в HTML-разметку без дополнительных настроек.

Индексация — процесс обхода страниц сайта и помещения их в базу поисковой машины. Только после индексации страницы она может быть найдена в поисковой машине.

Источники трафика на сайт — это те каналы, по которым приходят посетители на веб-ресурс. Как известно, именно количество посетителей является одним из главных показателей успешности проекта. Чем их больше, тем выше вероятность выполнения конверсионной цели.

Исходящая ссылка — ссылка, которая располагается на документе и ведёт на другой URL.

К

Карта кликов — это инструмент для измерения и последующего отображения статистики по кликам на сайте. Причём отображаются клики по всем элементам сайта, а не только по ссылкам. Карта кликов используется для оценки юзабилити сайта, в частности, для выявления самых кликабельных элементов дизайна.

Кэш – (Cache - "тайный запас") – системная папка, в которую компьютер записывает все документы, полученные пользователем из Сети. При запросе документа вторично, показывается содержимое кэша. Наиболее эффективно кэширование, производимое прокси-сервером, который хранит документы, полученные из Интернет всеми сотрудниками организации. Обращение к кэшу в случае повторного запроса одного и того же документа позволяет не только снизить трафик, но и увеличивает скорость предоставления данных клиенту. Единственным недостатком кэширования является возможность получения старой версии документа в случае, если документ на удаленном сервере изменился, а кэш еще содержит старую версию. Прокси-сервер использует весьма сложный алгоритм определения степени устаревания документов, поэтому в большинстве случаев пользователь все же получает самую свежую версию документа. См. также **Прокси-сервер**.

Кеширование — технология, при которой документ загружается один раз, и результат загрузки сохраняется. В следующий раз при обращении к документу, если он не был обновлен, то будет загружена сохраненная версия. Это помогает сократить время ожидания.

Куки (cookies) — механизм хранения данных на компьютере пользователя для идентификации и отслеживания возвращающихся посетителей.

Кодировка (Encoding) — соответствие между символами (язык людей) и числами (язык компьютеров). Одни и те же числа можно превратить в символы различных алфавитов. Чтобы изменить правило превращения цифры в буквы, выберите в меню Вид Internet Explorer пункт «Вид кодировки». Устаревшая для кириллицы: Win1251. Актуальная UTF8.

Краулер (от английского слова «crawler») — программа, входящая в состав поисковой системы и предназначенная для обхода (сканирования) документов в интернете с целью занесения информации о них в базу данных.

Конверсия (на английском — CR, аббревиатура от Conversion Rate) — отношение числа посетителей, которые совершили целевое действие к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах. Формула: $CR = (\text{Количество посетителей, совершивших целевое действие} / \text{Общее количество посетителей}) \times 100\%$. Под целевым действием подразумевается просмотр нужной страницы, регистрация, заказ обратного звонка и так далее.

Л

Лид - (от англ.lead — вести) — потенциальный клиент, тем или иным образом отреагировавший на маркетинговую коммуникацию.

Лидогенерация - (англ. lead generation) — элемент лид-менеджмента, маркетинговая тактика, направленная на поиск потенциальных клиентов с определёнными контактными данными.

М

Машина поисковая – (Search engine, синонимы: поисковая система, поисковый сервер, “искалка”) – инструмент для поиска информации в интернете. Поисковые машины состоят из двух основных частей: программы-бота и индексного файла (базы данных). Робот сканирует сайты Интернет, выгружая web-страницы на базовый компьютер, где производится их индексирование. Учитываются не только тексты, но и иллюстрации, а также аудио- и видеофайлы. Пользователь, вводя состоящий из ключевых слов запрос, обращается к индексному файлу и получает в ответ перечень страниц, содержащих искомые термины. По территориальному охвату поисковые машины различаются на глобальные и локальные (национальные или отраслевые).

Мета-Тэг – (Tag, синоним: метка) – команда языка разметки гипертекста. Большинство тэгов заключено в угловые скобки и употребляется в парах, то есть имеют открывающую и закрывающую метку, которые обозначают,

соответственно, начало и конец области действия, например, <TITLE></TITLE>, <CENTER> </CENTER>.

Микроразметка — дополнительные атрибуты HTML-тегов, которые помогают поисковым системам и прочим сервисам анализа контента определять структуру и тип представленной информации на URL. Наиболее популярный стандарт разметки — schema.org. Как правило, структурированные данные используются для улучшения качества сниппетов в результатах выдачи и социальных сетях.

О

Ошибка 404 - или Not Found («не найдено») — стандартный код ответа сервера о том, что по данному URL-адресу такой страницы на сайте больше нет.

Оптимизация (продвижение сайта, поисковая оптимизация, оптимизация сайта, SEO, search engine optimization). Набор действий по изменению сайта и элементов его внешней среды с целью получения высоких мест в результатах поиска по заданным запросам.

П

Поведенческие факторы — набор характеристик алгоритма поисковой системы, который рассчитывается исходя из поведения пользователей. Фиксируется как поведение пользователей на страницах результатов выдачи, так и поведение на самом сайте и сторонних ресурсах.

Подсветка в выдаче — алгоритм, ответственный за выделение жирным начертанием шрифта тех слов, на которые разработчики поисковой системы хотят сделать акцент внимания пользователя. Как правило, в выдаче выделяются слова из поискового запроса, а также близкие синонимы, но существуют и другие способы выделения акцентов.

Поисковый робот (бот, паук, агент) — специальная программа, принадлежащая определённой поисковой системе и предназначенная для индексирования (занесения в базу сайтов поисковой системы) сайтов и их страниц, найденных в интернет-пространстве. Также принятые названия: краулер, бот, паук, webcrawler, bot, automaticindexer, ant, webrobots, webspider, webscutter.

Показатель отказов — показатель отказов, выраженный через процент посетителей сайта, от общего количества посетителей, которые зашли на сайт, после чего покинули его в течение 1-15 секунд или просмотрели только 1 страницу.

Панель вебмастера — онлайн-сервис от заданной поисковой системы (Яндекс, Google, Mail.ru или другой), предназначенный для оценки индексации сайта, настройки описания, сбора и анализа прочей статистики, важной для вебмастера.

Посетитель — уникальный пользователь, который посетил сайт.

Посещаемость — количество посетителей web-сайта за определенную единицу времени. Является ключевой характеристикой при определении рейтинга сайта для участия в баннерных сетях и иных проектах по продвижению сайта. До настоящего времени единых подходов измерения посещаемости еще не выработано. Для оценки числа "уникальных посетителей" обычно используется анализ IP-адресов или функция Cookie.

Портал (Portal) – Интернет-сайт, предоставляющий максимально широкий спектр услуг, соответствующих потребностям среднестатистического пользователя Сети. В перечень предоставляемых сервисов, как правило, входят поиск информации, бесплатная электронная почта, новостная лента, прогноз погоды, сведения о курсах валют, перечень ссылок на сетевые ресурсы и др. В большинстве случаев у порталов есть также значительное собственное содержательное наполнение. Цель порталов – создание места в Сети, с которого большое число пользователей регулярно начинает свою работу в Интернет и которые поэтому служат привлекательным местом для размещения рекламы. Порталами могут считаться сайты, имеющие стабильно высокую посещаемость. Большинство порталов сформировано вокруг поисковых машин и справочников Интернет-ресурсов. Помимо универсальных порталов, рассчитанных на всех пользователей без ограничения, существуют отраслевые (тематические) порталы, четко ориентированные на потребности определенной группы пользователей. Примеры: Yahoo!, Яндекс, KM.RU, AUTO.RU.

Прокси-сервер (от англ. Proху - право действия от имени) — промежуточный web-сервер, используемый как посредник между браузером и конечным web-сервером. Прокси-сервер выполняет две основные функции: экономия объема трафика и увеличение скорости доступа к данным за счет кэширования данных на своем локальном диске и обеспечение защиты локальной сети корпорации, например, библиотеки. Использование прокси-сервера способно также привести к экономии IP-адресов, поскольку в этом случае необходим всего лишь один публичный IP-адрес. См. также **Кэш**.

Р

Ранжирование (сортировка) — процесс выбора страниц из базы поисковой машины, соответствующих запросу пользователя, и упорядочение их по степени убывания соответствия (релевантности) запросу.

Редирект (от англ. redirect - перенаправление) — программное решение, или скрипт, который принудительно перенаправляет пользователя с выбранной страницы на другую страницу, возможно, не соответствующую интересам пользователя.

Рунет – российский сегмент Сети. Включает сайты, физически хостирующиеся на территории России, а также русскоязычные и содержательно относящиеся к России зарубежные сайты.

Результаты поиска — (SERP, search engine result page, серпы, органическая выдача, поисковая выдача, естественная выдача, алгоритмическая выдача). Страница, выдаваемая поисковой системой в качестве ответа на запрос пользователя и содержащая набор ссылок на страницы Интернета, соответствующие, по мнению алгоритма поисковой машины, заданному запросу (релевантные ему).

Релевантность (от англ. relevant - уместный, относящийся к делу) — соответствие найденного документа запросу, сделанному пользователем поисковой системы.

С

Семантика (semantics) — смысловая нагрузка, вложенная в HTML-элемент.

Семантическое ядро (профильные запросы, целевые запросы) — список основных поисковых запросов, по которым оценивается продвижение сайта в поисковых системах.

Сервер – компьютер, который предоставляет свои ресурсы другим компьютерам сети, либо программа, которая обслуживает запросы на доступ к ресурсам своего компьютера.

Сквозная ссылка – одинаковая ссылка с одинаковым текстом, размещенная на всех страницах сайта.

Скрипт (от англ. script - сценарий) — небольшая программа, исполняющаяся на стороне сервера и написанная на специальном языке сценариев (PHP-, Perl-скрипты и др.) или в браузере пользователя JavaScript и др.). Служит для выполнения сложных действий, которые не исполняет обычный веб-сервер или браузер.

Словоформа — одна из косвенных форм слова, полученная из нормальной формы слова (то есть из именительного падежа существительного, неопределенной формы глагола) с помощью склонения или спряжения. Для русского слова количество словоформ довольно велико – от 12 у существительного до 80-100 у глагола.

Сниппеты (от англ. snippet - отрезок, лоскуток, обломок) — фрагменты текста вебстраницы, содержащие слова поискового запроса пользователя. Отображаются в описании ссылки на странице результатов поиска. Сниппеты помогают пользователю принять решение о переходе на тот или иной сайт.

Ссылочная популярность (от англ. link popularity) — общее название технологий, позволяющих при расчете релевантности документа определенному запросу учитывать «авторитетность» документа – наличие в Сети ссылок на этот документ или домен, на котором он находится, и текст этих ссылок. Существует несколько реализаций ссылочной популярности, применяемой различными поисковыми системами – PageRank (Google), ТИЦ.

Ссылочный агрегатор — надстройка над ссылочной биржей или совокупностью бирж, которая позволят автоматизировать ряд процессов по покупке ссылок для оптимизатора.

Социальные сигналы — совокупность информации из социальных сетей, которая может быть собрана и использована поисковыми системами для ранжирования. К числу социальных сигналов относится: количество «лайков» у документа/сайта и «шар» постов со ссылками на заданный ресурс, трафик на документ/сайт из социальных сетей с сегментацией и прочие.

Т

Трафик (Traffic) — поток (объем) информации, прошедший через канал связи или объем переданной/полученной информации. Измеряется в мегабайтах. Иногда в понятие трафик вкладывается число посещений веб-сайта (или его конкретной страницы) за определенный промежуток времени.

Текстовые факторы — группа факторов ранжирования в поисковой системе, которая рассчитывается опираясь на текстовое содержимое документа, а также на запрос пользователя и иногда его регион.

Технология «Спектр» — технология Яндекса, которая умеет учитывать множество неявных целей пользователей и показывать соответствующие ответы.

ТИЦ — аббревиатура от тематический Индекс Цитируемости, который используется Яндексом для ранжирования сайтов в категориях Яндекс.Каталога. По традиции — пишется именно в виде ТИЦ.

У

Уникальный посетитель — Пользователь интернета, который с помощью определенного программного обеспечения (браузера) зашел на сайт с конкретного компьютера впервые в течение определенного срока (суток, последнего часа и т.п.).

Уровень вложенности страницы – это параметр, придуманный веб-мастерами и оптимизаторами для определения положения определенной страницы в структуре относительно главной.

Ф

Факторы ранжирования — характеристики алгоритма поисковой системы, основываясь на которых определяется позиция заданного документа по запросу в определенном регионе для пользователя. Факторы могут быть разной природы: относиться к сайту, его веб-окружению, самому поисковому запросу и поведению пользователей в интернете.

Х

Хит или обращение — взаимодействие пользователя с сайтом, в результате которого отправляются данные в систему веб-аналитики. Возможные варианты хитов: просмотр страницы; событие; транзакция.

«Хлебные крошки» – это средство навигации по сайту, повышающее удобство использования веб-ресурса и положительно влияющее на поведенческий фактор при SEO-продвижении. Это меню представляет собой иерархическую цепочку: от главной страницы до текущей. При этом наименования главной и промежуточных страниц являются ссылками, а название текущей – просто надписью, указывающей местонахождение пользователя.

Хостинг — (Hosting, Web-hosting, Collocation, синоним - web-хостинг) размещение web-сайта на внешнем сервере, в отличие от размещения на собственном компьютере, физически расположенном внутри организации (например, библиотеки). Существуют специальные хостинговые площадки

для размещения сайтов. Как правило, это мощные серверы, подключенные к Интернет по высокоскоростным каналам связи. Наряду с коммерческим хостингом, существует бесплатный хостинг для размещения сайтов как частных граждан, так и организаций. В последнем случае платой за возможность быть представленным в Интернет, является размещение рекламных баннеров на страницах сайта. Кроме того, бесплатные хостинги могут содержать ограничения по объему размещаемой информации и использованию различных приложений. В ряде случаев на хостинговой площадке размещается не только сайт, но и непосредственно сервер (компьютер) организации.

Ц

Целевые действия — желаемые для компании действия клиентов. Их определяет сама компания и делает всё, чтобы эти действия достигались. Примеры целевых действий: регистрация на сайте, просмотр видео, подписка на рассылку, скачивание брошюры и т.д.

Ч

ЧПУ (аббревиатура от Человеко-Понятный URL) — понятный пользователю URL-адрес документа. В общем случае, под ЧПУ подразумевается так настроенная система адресов на сайте, что пользователю уже после прочтения самого URL понятна тема страницы, которая будет посещена. Пример URL с использованием ЧПУ: <https://tools.pixelplus.ru/faq/analiz-top>. В начале — идёт протокол, далее — доменное имя, раздел FAQ (часто задаваемые вопросы) и материал по теме «Анализ ТОП».

Ш

Шапка сайта (Header) – это верхняя часть сайта, как правило включающая в себя название компании, логотип, панель навигации, основные контактные данные.

Ю

Юзабилити — (англ. usability — удобство использования) эргономическая характеристика сайта, определяющая то, насколько он эффективно, экономично и с удовольствием используется посетителями для достижения каких-то целей. Юзабилити сайта показывает то, насколько комфортен определённый ресурс для обычного посетителя.

Юникод (Unicode) — принцип кодирования символов, позволяющий представить почти любой знак существующих письменных языков

Я

Яндекс.Вебмастер – это специализированный сервис для оценки результатов индексации сайта, диагностики ошибок и отслеживания полной статистики поисковых запросов. Он позволяет получить подробную информацию о сайте, позициях в выдаче, посмотреть статистику о статусе индексирования любой страницы.

Язык разметки гипертекста — язык разметки документов в интернете. Все веб-страницы в Сети создаются при помощи html-разметки. Современные браузеры преобразуют HTML в форматированный текст и отображают его на всех устройствах, подключенных к интернету (компьютерах, планшетах, мобильных телефонах). Файлы, содержащие html-разметку, имеют расширение *.html (например, index.html).

Яндекс.Метрика — онлайн-сервис от компании Яндекс, предназначенный для оценки посещаемости сайта и анализа поведения пользователей.

В

Bounce rate — показатель отказов, выраженный через процент посетителей сайта, от общего количества посетителей, которые зашли на сайт, после чего покинули его в течение 1-15 секунд или просмотрели только 1 страницу.

BM25 (BM — аббревиатура от английской фразы Best Match) — функция ранжирования, которая используется для сортировки документов по их релевантности заданному поисковому запросу. При оценке по данной функции не учитывается взаимное расположение слов, а документ представляется в виде «мешка слов». На русском произносится как «бэ-эм-двадцать-пять».

С

Captcha - (Completely Automatic Public Turing Test to Tell Computers and Humans Apart — полностью автоматический тест Тьюринга для различения компьютеров и людей) — это задача, которую легко решает человек, но которую невозможно (или крайне трудно) научить решать компьютер. Применяются CAPTCHA для того, чтобы предотвратить множественные автоматические регистрации и отправления сообщений программами-роботами. Задача CAPTCHA — защита от спама, флуда и захвата аккаунтов.

CMS (Content Management System) — система управления содержимым сайта, позволяет создавать страницы, редактировать тексты, добавлять картинки, видео, звук, создавать разделы и меню на сайте.

CSS (Cascading Style Sheets) — набор определенных свойств (стилей) для удобной настройки внешнего вида элементов веб-страницы.

Cookies — механизм хранения данных на компьютере пользователя для идентификации и отслеживания возвращающихся посетителей.

CTR (Click-Through Rate) — отношение числа кликов к показам сайта / объявления, выраженное в процентах. Формула: $CTR = (\text{Количество кликов} / \text{Количество показов}) \times 100\%$. На русском произносится как «си-ти-ар».

CPC (Cost Per Click) — стоимость одного клика на рекламную ссылку / объявление.

Формула: $CPC = (\text{Рекламный бюджет} / \text{Количество кликов})$. Дословно: цена клика. На русском произносится как «си-пи-си». Метрика, которая активно используется в интернете и лежит в основе рекламной PPC-модели, где оплата осуществляется по факту совершения клика.

CPA (Cost Per Action) — рекламная модель, в которой рекламодатель производит оплату за совершение целевого действия. Дословно: стоимость за целевое действие. На русском произносится как «си-пи-эй».

Сам вид целевого действия — определяется рекламодателем, это может быть лид, продажа или прочие события.

CPL (Cost Per Lead) — стоимость привлечения одного пользователя, который сконвертировался в лид (заявку на сайте или звонок). Формула: $CPL = (\text{Рекламный бюджет} / \text{Количество уникальных лидов})$. Дословно: стоимость лида. На русском произносится как «си-пи-эль».

D

Description — мета-тег, который используется для краткого текстового описания документа. Данный мета-тег может использоваться поисковыми системами для формирования текста описания на странице результатов выдачи.

F

Favicon – (от англ. FAVorites ICON, в переводе — «значок для избранного»). Это небольшое изображение отображается во вкладке браузера, в которой открыт сайт, рядом с title открытой страницы. Также его можно увидеть в результатах выдачи поисковой системы Яндекс слева от заголовка страницы.

G

Google Adwords – рекламная сеть Google, в которую включено множество сайтов, блогов и различных продуктов (например, почтовых программ). Показ рекламных объявлений осуществляется в соответствии с введёнными поисковыми запросами на основе содержимого сайтов и интересов пользователей (поведенческий таргетинг). Таким образом, Google Adwords позволяет создавать эффективные объявления и показывать их именно той аудитории, которую они могут заинтересовать.

Google Analytics — онлайн-сервис от компании Google, предназначенный для оценки посещаемости сайта и анализа поведения пользователей.

H

HTML (от англ. HyperText Markup Language — язык разметки гипертекста) — язык разметки документов в интернете. Все веб-страницы в сети создаются при помощи html-разметки. Современные браузеры преобразуют HTML в форматированный текст и отображают его на всех устройствах, подключенных к интернету (компьютерах, планшетах, мобильных телефонах). Файлы, содержащие html-разметку, имеют расширение *.html (например, index.html).

HTTP-заголовки – служебная информация, которой обмениваются клиент и веб-сервер. Например, поддерживаемые браузером типы данных, тип передаваемых данных, адрес ссылающейся страницы, с которой перешел посетитель и т. д.

K

Keywords — мета-тег, который используется для тезисного описания документа с помощью 2-5 ключевых фраз. На текущий момент, данный мета-тег не дает сколь угодно значимого вклада в ранжирование и может не заполняться.

L

LSI-копирайтинг (аббревиатура от Latent Semantic Indexing копирайтинг) — методика написания оптимизированных текстов для сайтов, в которой учитывается необходимость вхождения не только слов из поискового запроса и его синонимов, но и уни- и биграмм, которые часто встречаются в текстах заданной тематики (слова, определяющие тематику). На русском произносится как «эл-си-ай». Дословно: латентное семантическое индексирование.

Р

Panda (по-русски — Панда) — фильтр в поисковой системе Google, который понижал позиции сайта за низкое качество его текстовой информации, малосодержательный контент и неуникальное содержимое. Начиная с 2016 года встроен в общий алгоритм ранжирования Google в качестве одного из факторов.

Penguin (по-русски — Пингвин) — фильтр в поисковой системе Google, который был направлен на понижение позиций сайта за спам в анкорax текстов входящих ссылок. Начиная с 2016 года фильтр был обновлен и начал «обесценивать» влияние спамных ссылок на ранжирование, а не понижать сайт в выдаче.

PHP — (первоначально англ. Personal Home Page Tools – «Инструменты для создания персональных веб-страниц») — один из самых распространенных интерпретируемых языков общего назначения. Исходный код PHP является открытым. Одной из основных целей создания языка было создать инструмент специально для web-разработок. Код PHP может быть внедрен в HTML-разметку без дополнительных настроек.

PPC (аббревиатура от Pay Per Click) — рекламная модель, в которой рекламодатель производит оплату за клик по объявлению, баннеру, прочему рекламному носителю. Дословно: платить за клик. На русском произносится как «пи-пи-си».

Р

PageRank (PR, ПР) – алгоритм расчета «авторитетности» страницы, а также сам показатель.

Robots.txt — текстовый файл, который содержит директивы, указывающие поисковым роботам особенности индексации сайта. Файл располагается в «корне» сайта и содержит указания для поисковых систем, такие как: запрет или разрешение на индексацию документов, основное написание доменного имени, рекомендованные паузы обращения к серверу и тому подобное.

S

Schema.org — наиболее распространенный стандарт семантической разметки данных в Сети, разработанный компаниями Google, Yahoo! и Microsoft.

SEO (Search Engines Optimization) — поисковая оптимизация сайта с целью получения высоких мест в результатах поиска по заданным запросам.

SERP (серп, Search Engine Result Page) – результаты поиска. Страница результатов поиска, выдаваемая поисковой системой по запросу пользователя.

Sitemap.xml — это специальный файл в формате xml, в котором отражены ссылки на страницы сайта (карта сайта) необходимые к индексированию. Xml-карта нужна поисковым роботам, чтобы проиндексировать все необходимые страницы сайта. Xml-карта обычно находится в корне сайта. Пример: <https://site.ru/sitemap.xml>

T

Type in трафик — способ попадания пользователя на сайт, когда он вручную вводит адрес сайта в поле URL браузера.

Title — тег в HTML, который задает заголовок документа (заголовок окна браузера). Дословно: заголовок. Как правило, именно он используется в качестве заголовка на странице результатов выдачи.

U

UTM-метка – параметры (переменные), содержащие дополнительные данные, которые добавляются к URL целевой страницы и позволяют передать в системы веб-аналитики дополнительную информацию о характеристиках трафика.

3. Словарь терминов и понятий Интернет-каналов

A

Аватар (англ. avatar) — фото или другое графическое изображение, которое используется в учетной записи пользователя для персонализации, самовыражения, облегчения узнавания и поиска владельца аккаунта. Также

используются синонимы термина: аватара, ава, авка, аватарка, юзерпик (англ. *user picture*).

Адвокат бренда — человек, который в публичном пространстве выступает в интересах компании. Это может быть не только сотрудник компании, но и лояльный клиент.

Аккаунт — профиль пользователя в социальных сетях.

Активность — любое действие пользователя — лайк, репост, комментарий.

Анфоллоуинг – это отписка от страницы в социальной сети. К примеру, вас перестал интересовать чей-либо контент. Или же ваш контент перестал нравиться кому-либо из ваших подписчиков. И в том, и в другом случае читатель может отписаться от новостей автора. Это действие и будет называться анфоллоуингом. Само слово *unfollowing* имеет вполне корректный перевод на русский – «отписка». Но когда речь идет именно о социальной сети Twitter, то принято использовать английское «анфоллоуинг».

Аудит сообщества — оценка эффективности сообщества, соответствия его целям и задачам.

Б

Блог (перев. с англ. как журнал или дневник событий) — интернет-ресурс с регулярно обновляемым контентом, созданный для написания основных идей или мыслей его владельца, а также событий из его жизни. Ресурс постоянно пополняется текстовыми материалами, графическими или мультимедийными объектами. Блог предполагает доступность для сторонних пользователей.

В

Взаимодействия (интеракции, активности) — основные действия пользователей с контентом, такие как лайки, комментарии, репосты, голоса в опросах, сохранения.

Ведение сообщества – совокупность работ, настроенные на достижение бизнес-цели сообщества

Виральность — способность контента распространяться бесплатно, за счет репостов и рекомендаций пользователей.

Виральный охват — уникальные пользователи, увидевшие страницу/посты в результате репостов контента, отметок «Нравится» или подписки на страницу.

Г

Геотэг — прикрепленное к посту месторасположение.

Гостевой пост — пост, написанный для вашего аккаунта экспертом или другим приглашенным автором. Это возможность получить уникальный интересный контент и сделать его более разнообразным.

Д

Директ (direct) — функция отправки личных сообщений в Instagram.

З

Закрытый (приватный) аккаунт — аккаунт с закрытой лентой постов. Она доступна для просмотра только подписчикам, а остальные могут подать заявки на подписку для рассмотрения своих кандидатур владельцем аккаунта. Для коммерческих аккаунтов использовать не рекомендуется.

К

Контент-менеджер – сотрудник, размещающий контент в сообществе и отвечающий за коммуникацию с пользователями (обратная связь, чистка спама, проведение конкурсов и т.д.)

Контент-маркетинг — совокупность маркетинговых приёмов, основанных на создании и/или распространении полезной для потребителя информации с целью завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов. Контент-маркетинг подразумевает подготовку и распространение высококачественной, актуальной и ценной информации, которая не является рекламой, но которая косвенно убеждает аудиторию принять необходимое распространителю решение, выбрать его услугу. Преимущества контент-маркетинга состоят в том, что он эффективно привлекает внимание аудитории, помогает завоевать доверие и ненавязчиво продвигает товар или услугу на рынке.

Контент-план — расписание выхода публикаций в сообществе.

Контент – текстовый, фото-, видео- или аудиоматериал, который размещается в сообществе.

Контент-стратегия — структурированный план публикаций для планомерного развития аккаунта. Может включать в себя определенные категории и виды контента, график выхода постов.

Кросспостинг — дублирование контента в разные социальные сети.

Л

Логин (username) — имя пользователя в Инстаграм, название его аккаунта, уникальный идентификатор, по которому его можно найти. Пишется через @. Рекомендуется использовать простое, хорошо запоминающиеся, короткое название, ассоциирующиеся с вашим бизнесом или с вами. В названии аккаунта нельзя использовать специальные символы: пробел, амперсанд (&), большие буквы, двоеточие и некоторые слова (например, «follow»).

Лайк (мне нравится) (от англ. like – «любить», «нравиться») – знак одобрения в социальных сетях. Изначально лайк – кнопка, нажимая которую пользователи «голосуют» за пост. Со временем слово вошло в обиход как базовое понятие, общее для всего интернета, несмотря на то, что в каждой соц.сети «Лайки» называются по-разному (см. «Мне нравится», «Класс»). Также глагол: «Лайкнуть» – поставить лайк.

Лояльность — приверженность покупателей торговой марке, мотивированная прочно укоренившейся привычкой покупать одно и то же изделие, товар или пользоваться одной и той же услугой, невосприимчивость к цене товара, отвержение альтернативы.

Лонгрид (от англ. longread) — большой текстовый материал, который хорошо сверстан и наполнен фото. Во «Вконтакте» лонгридом называются материалы на AMP-технологии.

М

Массфолловинг (от англ. massfollowing) – процесс массовой подписки на аккаунты при помощи специального софта с целью получения обратной подписки. Подписываясь на получение различного контента, пользователь социальной сети рекламирует свою страницу, в результате чего находит новых подписчиков, которых интересует продвигаемая тема. Недостатком massfollowing является низкая заинтересованность полученных подписчиков в публикуемом контенте, так как большинство из них подписались из вежливости или неосознанно. Этим способом трудно набрать качественную целевую аудиторию. Несмотря на это, с продвигаемых страниц можно добиться неплохих продаж.

Медиаплан — детально проработанный документ, который регламентирует сроки проведения рекламной кампании, каналы для ее распространения, таргетинги и форматы размещения. Включает в себя исчерпывающую финансовую информацию и прогнозируемый результат.

Меншион (от англ. mentions) — упоминание в комментариях того или иного пользователя с помощью указания его логина через @. Используется для ответов пользователям Инстаграм, чтобы человек смог увидеть ответ у себя в уведомлениях. Если ответ будет без меншиона — пользователь его не сможет увидеть.

Модератор — сотрудник, отвечающий на комментарии, чистку спама в сообществе.

Мониторинг социальных медиа — изучение, анализ и реагирование на упоминания бренда и конкурентов. Осуществляется с применением специализированных сервисов.

О

Органический охват — уникальные пользователи, увидевшие страницу/посты в результате неоплаченного распространения (включая виральный охват).

Отложенный пост — автоматическое размещение контента в соц.сетях в заданное время, важным преимуществом которого является возможность планирования публикаций. Это избавляет SMM-специалиста от возможного дефицита идей, а его аудиторию — от недостатка информации.

Охват (Reach) — количество уникальных пользователей просмотревших пост или аккаунт.

П

Просмотры (Views) — количество неуникальных пользователей просмотревших пост или аккаунт, т.е. если один пользователь открывал ваш пост 5 раз, то в просмотры засчитается +5, а в охват +1. Просмотры всегда больше, чем охват.

Просмотры профиля (Инстаграм) — суммарное количество всех просмотров профиля, включая посты, сам аккаунты и прочие страницы (для каждой социальной сети свои).

Р

Регламент публикаций — определение наилучшего времени для постинга в вашем аккаунте. Постинг должен идти регулярно в выбранном режиме. В это время ваша ЦА выявляет максимальную активность.

С

Социальные медиа — социальные сети, блоги, форумы, видео-хостинги, в которых реализована социальная составляющая. В медиа пользователи могут добавлять свой контент, оставлять комментарии, осуществлять репост.

Социальная сеть — ресурс, предназначенный для обеспечения взаимоотношений между людьми, либо организациями в интернете.

У

Уникальный контент — это контент, не имеющий аналогов и копий в других местах.

Ф

Фидбек (от англ. feedback — отклик, отзыв, ответная реакция) – обратная связь, связь производителя с потребителем, информация от потребителя.

Фолловинг – действия пользователей социальных сетей, направленные на автоматическое получение новостей, новых публикаций от тех, на кого они подписаны. Существует два варианта фолловинга: взаимный и массовый. Взаимный способ поддержать друг друга выражается в подписке пользователей на получение публикаций друг друга. Массовый вариант подразумевает применение программного обеспечения или специальных сервисов для автоматического сбора подписок.

Х

Хештег (англ. Hashtag от hash — символ «решетка») — это слово, начинающееся с символа #, служит для пометки сообщения о его принадлежности к какому-либо событию, теме или обсуждению.

Ц

Целевая аудитория (ЦА) — термин, используемый в маркетинге или рекламе для обозначения группы людей, объединенных общими признаками или объединенных ради какой-либо цели или задач.

Ш

Шер (Share) — кнопка поделиться. Помогает привлечь новых пользователей из других социальных сетей.

С

СТА — призыв к действию. С — call, Т — to, А — action. Если вы хотите, чтобы пользователь совершил какое-нибудь действие, например, нажал на кнопку, предложите ему это сделать.

Е

Emogi — смайлики в социальных сетях.

ER (Engagement Rate) — отношение среднего количества всех взаимодействий на постах к количеству подписчиков.

Например: за выбранный период вы опубликовали 10 постов, которые набрали 100 лайков и 20 комментариев. В среднем получится $(100 + 20) / 10 = 12$ взаимодействий на пост. В аккаунте 300 подписчиков, соответственно, $ER = 12 / 300 * 100 = 4\%$.

ERViews (Engagement Rate Views) — считается как и ER, но отношение к среднему количеству просмотров постов. $ERViews = (\text{реакции}) / \text{постов} / \text{просмотров} * 100$.

ERReach (Engagement Rate Reach) — считается как и ER, но отношение к среднему количеству охвата постов. $ERreach = (\text{реакции}) / \text{постов} / \text{охват} * 100$.

И

Influence-маркетинг — способ создания спроса с помощью лидеров мнений.

Р

ReachRate - соотношение охвата поста/Stories к подписчикам аккаунта

С

SMO (Social Media Optimization) — оптимизация для социальных медиа. Добавление на сайт необходимых инструментов и удобных сервисов, которые помогут пользователям распространять информацию о сайте в социальных медиа (форумы, блоги, социальные сети и пр.), исправление связанных с этим ошибок на сайте.

SFS — вид взаимодействия в Instagram, когда пользователи рассказывают друг о друге в своих аккаунтах.

Story telling — метод донесения информации, который использует истории на основе личного опыта компании или клиента компании. Такие истории более выразительны, увлекательны и легче ассоциируются с опытом слушателя/читателя. Они лучше запоминаются и сильнее оказывают воздействие на поведенческие факторы человека.