

2. Блог [Электронный ресурс] // Википедия – <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> – 2022 – Режим доступа: – Дата доступа: 23.03.2022.

УДК 621.762.4

Семантическое ядро сайта. Подходы к созданию семантического ядра

**Каминская И. В, студент,
Бабицкая Э. С., студент**

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

Научный руководитель: старший преподаватель Астапчик Н. И.

Аннотация:

В статье рассматривается понятие семантического ядра и подходы к его созданию.

«Семантическое ядро – это структурированное описание сайта, которое учитывает пользовательский спрос, интересы покупателей, специфику отрасли и бизнес-цели проекта [1]».

Семантическое ядро состоит из ключевых слов и словосочетаний. В совокупности данные морфологические единицы отражают существенную характеристику тематики предлагаемого контента.

Необходимость создания и использования семантического ядра обусловлена его назначением, которое отражается в следующих функциях:

- проработка структуры сайта;
- продвижение страниц сайта в поисковых системах;
- составление плана разработки наполнения сайта;
- организация связывания страниц сайта между собой с помощью ссылок;
- содействие настройке контекстных рекламных объявлений.

Функция проработки структуры сайта заключается в формировании иерархической структуры страниц с целью улучшения как ра-

боты поисковых роботов, так и удобства пользования сайтом. Что касается функции продвижения страниц сайта в поисковых системах, то семантическое ядро служит инструментом оптимизации страниц сайта под поисковые запросы пользователей. Данный процесс позволяет скорректировать ранжирование сайта в поисковой сети. Функция составления плана разработки наполнения сайта позволяют сформировать матрицу контента, направленную на структуризацию направленности, темы и задач сайта. Процедура планирования содержания сайта способствует более регулярной публикации материалов на сайте, что положительно сказывается на актуальности предоставляемой информации, что, в свою очередь, привлекает большее количество посетителей и пользователей сайтом. Функция организации связывания страниц между собой с помощью ссылок называется перелинковкой. Перелинковка позволяет упростить навигацию по сайту путем обозначения важности тех или иных разделов ресурса, оптимизировать юзабилити сайта и работу поисковых роботов. Также в продвижении сайта важную роль играет охват аудитории и трафик, который можно получить при использовании контекстной рекламы. Ее настройка упрощается при наличии грамотно разработанного семантического ядра.

Существует два основных подхода к составлению семантического ядра: традиционный и маркетинговый. Первый подход заключается в том, что ключевые слова базируются на ведущих запросах, затем под них оптимизируется все наполнение сайта, то есть, структура сайта создается по результатам анализа поисковых запросов пользователя. Второй подход обусловлен связыванием семантики с путем пользователя и логикой разделов сайта. То есть, при таком подходе содержание страниц подходит под нужды посетителей, а сбор семантического ядра предполагает предварительное планирование структуры ресурса до анализа поисковых запросов. При маркетинговом подходе сперва создается скелет для контента, а затем подбираются ключевые слова.

При традиционном подходе к сбору семантики часть трафиковых поисковых запросов отсеивается. Убираются слова и фразы, которые редко фигурируют в поисковых запросах. Маркетинговый подход учитывает приоритетные продукты, соотносит семантику с реальными потребностями пользователей и собирает трафик по всем ключам. В данном случае семантика – это не только список ключевых

слов для продвижения сайта, но еще и проработанное описание интересов посетителей [2].

В работе SEO-специалистов применяются оба подхода, однако рекомендуется с точки зрения логичности работы изначально спланировать систему сайта, а затем определять запросы, через которые пользователи смогут найти необходимую информацию. Это позволяет SEO-специалисту быть субъектом разработки и контролировать потребность в предоставлении конкретного контента пользователям, в то время как при традиционном подходе специалист будет выступать в роли объекта, который в отсутствие способности изменить условия среды, реагирует на ее изменения.

Обобщив, можно выделить следующие отличия между традиционным и маркетинговым подходом к построению семантического ядра. Логика первого базируется на положении о том, что для создания сайта сперва необходимо найти ключевые слова, способствующие более простому попаданию в топ выдачи, затем создается структура ресурса, внутри которой распределяются ключевые слова. То есть, наполнение сайта зависит от семантического ядра. Маркетинговый подход отличается направленностью на целевую аудиторию. Сперва планируется структура сайта, затем проводится работа по анализу способов поиска информации с целью построения семантического ядра, после этого, создается такое наполнение сайта, которое будет отвечать на запросы пользователей. То есть, при маркетинговом подходе создаются такие страницы, на которых содержатся не просто ключевые слова, а смысловые ответы и реакции на поисковые запросы посетителей.

Таким образом, можно сделать вывод, что традиционный подход к созданию семантики уступает маркетинговому в том, что не способен в полной мере удовлетворить потребности потребителей, так как опирается на статистику поисковых фраз для оптимизации страниц под поисковые системы вместо того, чтобы создавать, подбирать содержание сайта под целевую аудиторию.

В целом, семантическое ядро – это список ключевых запросов, распределенных по страницам ресурса. Семантика выполняет ряд важных функций, влияющих на разработку и проектирования сайта.

Список использованных источников

1. Разработка семантического ядра [Электронный ресурс] // beseller – 2019 – Режим доступа: <https://beseller.by/blog/semanticheskoye-yadro/> – Дата доступа: 22.03.2022.

2. Что такое семантическое ядро [Электронный ресурс] // SendPulse – 2018 – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/blog/semantic-core?ysclid=1117ihdh22#kak-sostavit-semanticheskoye-yadro> – Дата доступа: 22.03.2022.

УДК 378.178

Учебный стресс и его особенности

Ким А. А., студент

Белорусский национальный технический университет

Минск, Республика Беларусь

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент

Гончарова Е. П.

Аннотация:

Рассматриваются вопросы учебного стресса у студентов; конкретизируется понятие стресса; обобщаются причины возникновения стрессовых ситуаций в период обучения в вузе; акцентируется комплекс причин, связанных с особенностями социума; предлагаются рекомендации для ухода от стрессовых ситуаций.

Стресс – это психологическое или физическое напряжение, возникающие как реакция на какие-либо внешние факторы. Учебный стресс – это то, с чем сталкиваются студенты на протяжении всего учебного периода, а особенно это становится заметно во время сессии. Стресс вызывает переживания, эмоциональную нестабильность; эти факторы влияют на учебную успеваемость и личностное развитие. Также стресс может сказываться на физическом состоянии студента, что приводит к частым заболеваниям и недомоганию, в некоторых случаях – к нервным срывам.

Причина возникновения стресса у студентов высших учебных заведений связана с повышенной интеллектуальной и индивидуальной