

湖南省高等教育自学考试
课程考试大纲

搜索引擎营销
(课程代码: 12563)

湖南省教育考试院组编
2016年12月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：搜索引擎营销

课程代码：12563

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

搜索引擎营销是高等教育自学考试网络营销与管理（本科）专业的专业核心课程，本课程是一门工具课，其原则是实用。通过企业网站推广实践，掌握网站推广方法与技巧，搜索引擎的基本用法、高级应用，SEO 技术，网络营销与搜索引擎的关系，了解网络信息资源的分布，熟练掌握在因特网上查找知识的技能，掌握搜索排名技术，从而实现网站的排名优化。

搜索引擎营销就是基于搜索引擎平台的网络营销，利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息的时候将信息传递给目标用户。搜索引擎营销的基本思想是让用户发现信息，并通过点击进入网页，进一步了解所需要的信息。企业通过搜索引擎付费推广，让用户可以直接与公司客服进行交流、了解，实现交易。

二、课程目标与基本要求

本课程的课程目标是：使考生理解互联网营销的基本概念、基本原理，了解网络推广常见的方法及特点。熟悉搜索引擎营销的基本原理、掌握搜索引擎营销方案的设计及策划流程并对营销效果进行评估。通过实训，使考生掌握如何通过 SEM 系统实现企业的网络营销推广，其中包括：推广方案的设计、账户的设置、匹配模式的设置、关键词、创意的设计、推广结果展现、推广效果评估及优化。

本课程的主要任务是：进行企业网站推广；掌握搜索引擎优化的实施步骤及搜索引擎优化各个主要环节的实施方法和技巧；掌握域名选择、主机选择、关键字选择、网页优化等搜索引擎优化技术；学会有效的搜索引擎优化管理来进行企业网站推广应用。

三、与本专业其他课程的关系

本课程在网络营销管理的主干课程，它的前导课程是电子商务概论，网络营销和网页设计与制作等。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 初探 SEO

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生熟悉竞价排名、关键字广告、搜索引擎联盟广告及搜索引擎优化这几种目前最主要的搜索引擎营销方式，掌握 SEO 的发展历史、现状、前景、重要性及主要的工作内容。

二、考核知识点与考核目标

(一) 网络营销(一般)

识记: 网络营销的概念; 最常见的网络营销方式, 如富媒体广告营销

(二) 搜索引擎营销(次重点)

识记: 搜索引擎营销(SEM)的概念

理解: 理解概念基础上的搜索引擎营销方式举例

(三) 关键字广告(次重点)

识记: 关键字广告的概念

(四) 竞价排名(次重点)

识记: 竞价排名的概念

理解: 关键字广告的负面影响、产生无效点击的主要原因

(五) 搜索引擎联盟广告(重点)

识记: 搜索引擎联盟广告的主要形式

理解: 搜索引擎联盟广告的概念

(六) SEO(重点)

识记: SEO的基本概念、SEO的应用领域

理解: SEO的优缺点以及主要工作流程

应用: SEO的内部优化和外部优化举例

第二章 搜索引擎工作原理

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生了解搜索引擎的工作流程及原理、搜索引擎的全过程、搜索引擎各主要工作与搜索引擎优化之间的对应关系, 为学习搜索引擎优化提供理论依据。

二、考核知识点与考核目标

(一) 搜索引擎发展历史(一般)

识记: 搜索引擎的发展过程

(二) 搜索引擎分类(重点)

识记: 搜索引擎按照工作方式的分类

理解: 全文搜索引擎、目录搜索引擎、元搜索引擎

(三) 搜索引擎工作原理(重点)

识记: 搜索引擎的主要工作, 搜索引擎页面抓取方式及其优缺点, 广度优先、深度优先、大战优先、高权重优先、文本检索、镜像页面、镜像网站、定期抓取、增量抓取、分类定位抓取、历史更新频率策略、页面相关性、关键字匹配度、关键字分布的概念

理解: 搜索引擎抓取页面的流程, 页面抓取策略、页面分析、页面排序、关键字查询

应用: 搜索引擎的工作原理

- (四) 搜索引擎特色算法 (次重点)
 - 识记: 三种重要的的搜索引擎算法
 - 理解: TrustRank 算法、BadRank 算法、百度绿萝算法
- (五) 搜索引擎介绍 (次重点)
 - 应用: 几种常见的搜索引擎的应用比较

第三章 关键字

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握关键字的寻找与选择, 关键字密度及分布, 从而提高页面相关性, 为网站制定优化目标, 比如提高页面在相应关键字搜索结果中的排名

二、考核知识点与考核目标

- (一) 关键字简介 (一般)
 - 识记: 在搜索引擎中, 关键字的含义
- (二) 关键字词频 (一般)
 - 识记: 关键字词频的概念
- (三) 关键字密度 (重点)
 - 识记: 关键字密度、关键字词频和总词汇量的关系, 关键字密度范围
 - 理解: 搜索引擎对页面的分词方法, 以及如何计算中英文页面中的关键字密度
- (四) 关键字词频与密度的关系 (次重点)
 - 理解: 关键字词频与密度的关系
- (五) 主关键字 (次重点)
 - 识记: 主关键字的概念
- (六) 辅关键字 (一般):
 - 识记: 辅关键字的概念
 - 理解: 辅关键字的作用
- (七) 关键字分布及表现形式 (重点)
 - 识记: 关键字表型形式、关键字描述
 - 理解: 关键字分布
- (八) 关键字策略 (重点)
 - 识记: 用户搜索习惯、搜索量、关键字商业价值、关键字竞争、搜索结果评估、百度权重、次关键字法
 - 理解: 关键字的寻找与选择、关键字评估
 - 应用: 怎样制定正确的关键字策略、识别目标顾客会用哪些关键词

第四章 URL 优化

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生熟练掌握 URL 各组成部分的命名技巧、分隔符的使用、URL 的长度、URL 中的关键字的词频及 URL 静态化处理方式。掌握这些任务之间的相互关系，以期达到最佳的优化效果。

二、考核知识点与考核目标

(一) URL 优化简介（一般）

识记：URL 优化的概念、内容

理解：URL 优化的作用

(二) URL 简介（次重点）

识记：URL 优化的各组成部分

(三) URL 命名技巧（重点）

识记：URL 命名的关键

理解：URL 的三种常用关键字命名形式

(四) 分隔符的使用（次重点）

识记：以英文形式命名的 URL 中关键字常用的分隔符

(五) URL 长度（次重点）

理解：决定 URL 长度的主要因素

(六) 关键字词频（一般）

理解：主关键字词频

(七) 关键字结合（次重点）

理解：URL 中各组成部分名称的组合与分隔

(八) URL 各组成部分优化（重点）

理解：域名、子域名、文件名和路径的组合技巧

(九) URL 重定向（次重点）

识记：重定向的概念

理解：301 重定向的实施方案，URL 转发

应用：URL 常用的重定向方法

(十) URL 静态化（重点）

识记：动态页面静态化的概念

理解：URL 重写和生成静态页面

应用：URL 各组成部分的优化、网站优化静态网页优化方法

第五章 代码优化

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握代码优化的细节及操作技巧。学会对页面代码进行精简，以降低页面的体积；学会头部优化及使用权重标签以提高页面的相关性。

二、考核知识点与考核目标

(一) 代码优化简介（一般）

识记：代码优化的内容和意义、代码优化的主要工作

(二) 精简代码（重点）

识记：精简代码的目的，页面代码精简包括的内容，清理垃圾代码的基础知识

理解：清理垃圾代码的工具、HTML 标签转换、CSS 调用的方式、JavaScript 优化的内容、表格优化、权重标签使用

(三) 页面头部优化（重点）

识记：页面的摘要信息，标题优化的主要内容，描述标签的优化内容，关键字标签的优化内容

应用：垃圾代码的清除、表格优化、页面头部的优化

(四) 权重标签使用（次重点）

识记：权重标签的作用、内容

理解：标题标签、字体标签、加粗标签、斜体标签及下划线标签的使用

第六章 图片优化

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握图片压缩和图片描述方法，以到达减轻图片带来的负面影响和满足搜索引擎检索信息要求的目的

二、考核知识点与考核目标

(一) 图片描述（次重点）

识记：图片名称、alt 属性和周边内容

(二) 图片压缩（重点）

理解：图片压缩原理，jpg 和 gif 文件的具体应用场景及压缩方法

(三) 图片压缩工具（次重点）

应用：图片压缩工具的使用

第七章 网页结构

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握怎样设计合理的网页结构来提高页面的用户体验和搜索引擎的友好性，了解页面的重要区域的分布规律及几种常见的页面结构及创建方法。

二、考核知识点与考核目标

(一) 网页结构（一般）

识记：网页结构的概念及优化的意义

(二) 网页组成元素（一般）

- 识记：网页的组成元素
- 理解：导航栏、栏目、正文内容
- (三) 网页重要区域分布规律（重点）
 - 识记：页面重要区域分布规律问题
 - 理解：页面布局的注意事项、HTML 源代码
- (四) 网页结构类型（重点）
 - 识记：网页结构的概念及三种类型
 - 理解：导航型、内容型、内容导航型的构建方法
 - 应用：构建合理的网页结构
- (五) 常用页面技术（次重点）
 - 识记：隐藏层、框架和 Flash 元素
 - 理解：常用的页面技术的优缺点

第八章 网站结构

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生了解网站的物理结构和逻辑结构，掌握网站结构的构建及优化技巧。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 网站结构（一般）
 - 识记：网站结构的概念和重要性
- (二) 搜索引擎对重要页面的抓取（一般）
 - 理解：搜索引擎如何抓取网站中的重要页面
- (三) 逻辑结构（次重点）
 - 识记：逻辑结构、链接深度的概念
 - 理解：URL 与链接深度的关系，逻辑结构类型
- (四) 物理结构（次重点）
 - 识记：物理结构、目录深度的概念
 - 理解：URL 与目录深度的关系，物理结构类型
- (五) 网站结构优化（重点）
 - 识记：网站结构优化的概念及意义
 - 理解：逻辑结构优化方法、物理结构优化方法，理想网站结构，建立合理结构的条件
- (六) 网站结构规划实例（重点）
 - 应用：合理结构构建的过程及技巧

第九章 链接策略

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生了解链接对页面权重及相关性的影响，掌握如何合理有效的增加外部导入链接。

二、考核知识点与考核目标

(一) 链接（一般）

识记：链接的概念、分类

理解：链接对象，导入导出链接

(二) 链接的意义（次重点）

识记：链接对目标页面相关性的影响，决定目标页面继承页面权重的主要因素

理解：文本链接、图片链接、多媒体文件链接对提高页面相关性的作用；链接位置、链接存在时间、导出链接数量怎样影响目标页面继承页面权重

应用：目标页面对源页面权重继承问题

(三) 内部链接（次重点）

识记：内部链接的概念

理解：链接与内部投票机制、内部链接数量

(四) 外部链接（重点）

识记：外部链接的概念

理解：外部投票机制、外部链接数量、外部链接质量

(五) 增加外部链接的方法（重点）

理解：登录分类目录、交换链接、购买链接及使用链接诱饵

应用：增加外部链接的方法

第十章 服务器的选择

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握怎样根据服务器的相关因素选择服务器以及合理应对服务器故障。

二、考核知识点与考核目标

(一) 服务器所在的国家（次重点）

理解：综合考虑普通用户和搜索引擎来选择服务器所在地

(二) 服务器的性能（重点）

理解：影响服务器性能的因素，包括带宽、服务器资源、连接数、月流量、访问速度附加服务

(三) 服务器功能（重点）

理解：是否支持 URL 重写、数据备份、404 页面设置、子域名数量

(四) 虚拟空间弊端 (次重点)

理解: 虚拟空间的弊端

应用: 在搭建好自己的营销网站后怎样选择网站的服务器

第十一章 搜索引擎优化作弊

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握常见的搜索引擎优化作弊方式, 包括内容作弊、镜像网站、门页、伪装、302 重定向及链接作弊等。了解网站因违规而遭受惩罚后的处理方法, 以及如何举报那些正在使用违规手段操作排名的网站。

二、考核知识点与考核目标

(一) 搜索引擎优化作弊简介 (次重点)

识记: 搜索引擎作弊的概念、常见的搜索引擎作弊方式

(二) 常见的内容作弊方式 (次重点)

理解: 关键字堆砌、隐藏文本、空页面、内容农场、标签滥用、不相关搜索结果页。

(三) 镜像网站 (一般)

识记: 常见的三种镜像网站

(四) 门页 (重点)

理解: 门页作弊的原理

(五) 伪装 (次重点)

理解: 伪装的实现原理

(六) 302 重定向 (一般)

理解: 302 重定向方式

(七) 链接作弊 (重点)

理解: 垃圾链接、常见的外部链接作弊方式

应用: 如何识别链接作弊网站

(八) 作弊处罚 (次重点)

识记: 作弊处罚方式

理解: 降低权重、列入黑名单, 被处罚后处理办法

(九) 举报作弊网站的方法 (一般)

识记: 举报违规网站地址示例

第十二章 搜索引擎优化工具

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握常见的搜索引擎工具, 包括关键字查询工具、Google 管理员工具、百度管理员工具、追词、去查网、Sitemap 生成器及 SEO Administrator 部分特色功能。

二、考核知识点与考核目标

(一) 关键字查询工具（一般）

识记：关键字查询工具的概念及内容

理解：百度关键字查询工具的用法

(二) Google 管理员工具（重点）

理解：Google 管理员工具的使用方法，Google 管理员工具的 7 大块功能

(三) 百度管理员工具（重点）

理解：百度管理员工具与 SEO 相关的常用功能

(四) 追词（次重点）

理解：相关光关键字、网站监控、排名监控

(五) 去查网（重点）

识记：综合查询、百度权重查询

(六) Sitemap 生成器（次重点）

识记：工具栏、菜单栏

(七) SEO Administrator（重点）

识记：链接广泛度检测器、交换链接工具及网站分析工具、排名监控器

应用：怎样利用搜索引擎工具来优化自己的网站

第十三章 案例分析 1

一、学习目的与要求

学习本章的目的是使考生掌握搜索引擎优化各个环节的实施方法及技巧，总结实践经验，进一步提高搜索引擎优化水平。

二、考核知识点与考核目标

(一) 网站优化前的准备（一般）

理解：了解网站的基本情况

(二) 搜索引擎优化的八大主要环节

第一阶段：网站基本信息（一般）

识记：易比网

理解：优先选择次要关键字

第二阶段：去除弊端（重点）

理解：去掉网站中对搜索引擎不友好的因素

第三阶段：网站结构（次重点）

理解：网站优化前、后结构

第四阶段：关键字策略（重点）

理解：制定符合实际的关键字策略

第五阶段：页面优化（次重点）

理解：头部优化、关键字布局及代码优化

第六阶段：页面索引（重点）

理解：提交网站地图文件、重点推荐频道。

第七阶段：外部链接关系建立（重点）

理解：交换友情链接、登录分类目录

第八阶段：网站维护（重点）

理解：页面调整、网站监控、关键字维护及链接维护

应用：利用前面学的知识尝试实践，利用搜索引擎工具来优化自己的网站

第十四章 案例分析 2

一、学习目的与要求

学习本章的目的是为了告诉考生怎样规划一个新网站，以及怎样在新网站中融合搜索引擎优化的思想，从而进一步提高网站的用户体验及搜索引擎友好性

二、考核知识点与考核目标

（一）网站基本信息（一般）

识记：了解一个网站的基本情况

（二）关键字寻找与筛选（次重点）

识记：关键字寻找、关键字筛选

理解：搜索量评估、竞争程度评估

（三）网站结构构建（重点）

识记：逻辑结构 10 大块内容

理解：物理结构

（四）页面结构构建（重点）

识记：首页、产品页

理解：首页内容和产品页内容分布图

（五）关键字分布及表现（重点）

识记：首页、产品页

理解：首页内容和产品页内容分布图

（六）URL 优化（次重点）

识记：域名、子域名和文件名

（七）头部优化（一般）

理解：头部三大标签的优化

（八）优化代码（重点）

识记：垃圾代码清理、HTML 标签转换、权重标签使用

理解：图片描述

（九）链接策略（重点）

识记：链接对象

理解：链接结构

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

指定教材：SEO 教程-搜索引擎优化入门与进阶，吴泽欣，人民邮电出版社，2014年7月第3版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。

5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学课时：本课程共 5 学分，助学学时为 90 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第 1 章	出探 SEO	4
第 2 章	搜索引擎工作原理	4
第 3 章	关键字	6
第 4 章	URL 优化	6
第 5 章	代码优化	8
第 6 章	图片优化	4
第 7 章	网页结构	8
第 8 章	网站结构	6
第 9 章	链接策略	8
第 10 章	服务器的选择	4
第 11 章	搜索引擎优化作弊	10
第 12 章	搜索引擎优化工具	10
第 13 章	案例分析 1	6
第 14 章	案例分析 2	6
合 计		90

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 命题内容及比例分配命题范围应根据本大纲规定的考核目标确定，不能超出大纲内容。命题内容及比例为：基本概念占 20%；基本理论占 40%，应用 40%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 题型一般包括单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释题、简答题、案例分析题等。
6. 考试采用闭卷考试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分为及格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 搜索引擎的工作原理顺序是

- A. 排-收-筛 B. 筛-收-排 C. 收-筛-排 D. 收-排-筛

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 以下属于网络营销评估指标的有

- A. 发行量 B. CPC C. 点击率
D. CPS E. 注册量

三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 垂直媒体一般分为综合网站频道和 _____。

四、名词解释（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 关键字字频

五、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 搜索引擎的主要工作包括哪些方面？

六、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 网上鲜花店是竞争比较激烈的领域之一，搜索引擎关键词广告是网上鲜花店常用的推广手段。与鲜花相关的关键词很多，如何从大量通用性和热门关键词中选择价格适中又能带来顾客的关键词呢？请分析你用哪些关键词组合进行网上鲜花店选择，并分析原因。