# **Введение**

В настоящее время каждой организации требуется собственный веб-ресурс для привлечения новых клиентов, продвижения собственного товара или предоставления услуг. Несмотря на это перед всеми стоит задача продвижения сайта его в списке выдачи поисковых систем (Google, Yandex и пр.) для привлечения большего количества пользователей. Острой проблемой их продвижения является отсутствие всего перечня параметров, по которым поисковые системы оценивают релевантность, что затрудняет этот процесс.

В данной работе была разработана математическая модель, из известных критериев оценки веб-ресурсов, с помощью которой можно иметь представление о местах, требующих улучшения с технической точки зрения.

# **Цель работы**