UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

BILETUL Nr 3.                                                                                         Aprob.

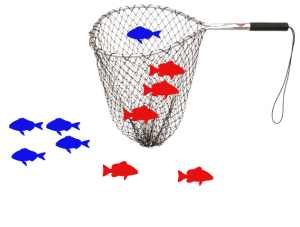
        şeful departamentului IIS\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ conf. univ., dr. Sudaceschii V.

Pentru examen la  obiectul      Analiza statistică a datelor

Anul II  universitar   grupele  IA-181-3      facultatea CIM

1. Ce este SEO (search engine optimization)
2. Problema.

De calculat Precision si Recall (peștișorii roșii sunt relevante)



Pr. verbal nr. 4 din 09.04.2020             Examinator \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_conf. univ., dr. Bobicev V.

1. Ce este SEO (search engine optimization)

Optimizarea motoarelor de căutare sau Search Engine Optimization (SEO) este un proces care îmbunătățește (îmbunătățește) vizibilitatea unui site web sau a unei pagini web și este utilizat pentru clasarea rezultatelor căutării într-o listă realizată de motoarele de căutare. SEO este o subcategorie a marketingului online SEM. Această practică a apărut în 1990. Odată cu apariția primului site pe Internet, reprezintă toate tehnologiile care aduc site-urile în partea de sus a listei. Rezultatele oferite de motorul de căutare pentru diverse cuvinte cheie cresc traficul de calitate al site-ului și experiența oferită utilizatorilor. Această industrie relativ nouă implică un set de operațiuni efectuate de echipa de promovare pentru a crește poziția site-ului web în lista de rezultate de căutare pentru a obține anumite cuvinte cheie sau expresii legate de afacere.

La începuturile Internetului, motoarele de căutare afișau în urma unei căutari, pagini în a căror descriere se află cuvântul de căutare. Deoarece webmaster-ii (proprietarii de site-uri) au făcut abuz de acest factor, motoarele de căutare au alcătuit algoritmi mult mai complecși, care includ:

* Textul cuprins între etichetele <title> și </title>
* Nume de domeniu
* Elementele HTML
* Etichetele HTML
* Frecvența unui cuvânt cheie, atât în pagină cât și global
* Sinonime ale cuvântului cheie
* Atributele ALT pentru imagini
* Titlul link-urilor
* Numărul total de hyperlink-uri de la și spre o pagină
* Calitatea site-urilor de la care pleacă link-uri spre o pagină
* Vechimea unui site

Motoarele de căutare iau în considerare mulți parametri interni și externi ai unui site atunci când își calculează relevanța (gradul de conformitate cu o interogare introdusă):

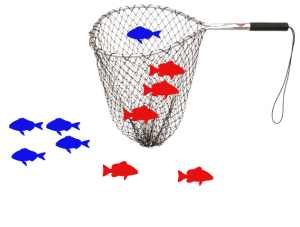
* densitatea cuvintelor cheie ( algoritmi sofisticati ai motoarelor de căutare moderne permit analiza semantică a textului pentru a filtra spamul de căutare în care cuvântul cheie se găsește prea des (termen. slang "greață");
* indicele de citare a site-ului („CI”), în funcție de numărul și credibilitatea resurselor web care se leagă de acest site; multe motoare de căutare nu iau în considerare legăturile reciproce (între ele). Un exemplu de metrică este PageRank ;
* conținutul de apă al textului este un indicator care determină prezența cuvintelor nesemnificative care nu poartă nicio informație utilă și servesc la diluarea textului ( cuvinte de oprire );
* factori comportamentali (interni) - un număr de tot felul de acțiuni ale utilizatorului pe care le pot efectua pe site: logare, timpul total petrecut de utilizator pe site, numărul de sesiuni ale unui utilizator pe site, navigarea, numărul de pagini vizualizate de utilizator, returnarea utilizatorului pe site, faceți clic pe link-uri în text, faceți clic pe linkurile din meniu;
* factori comportamentali (externi) - principalul indicator extern al calității comportamentului utilizatorului atunci când interacționează cu site-ul este refuzul de a căuta în continuare o frază cheie într-un motor de căutare;
* indicele calității site-ului („ICS”) este un indicator al cât de util este un anumit site pentru utilizatori din punctul de vedere al Yandex . IKS a fost introdus în 2018 în loc de indicele tematic de citare (TIC), ținând cont de subiectele site-urilor de referință.

Metode de optimizare a motorului de căutare extern:

* înregistrare în cataloage independente. Poate fi realizat manual sau folosind resurse speciale;
* înregistrare în cataloage de motoare de căutare precum: Yandex. Catalog , Rambler / Top100, director Yahoo și altele;
* schimb de legături . Există mai multe modalități de schimb - direct, circular, unidirecțional (cumpărare de link-uri);
* înregistrarea în servicii: Compania mea Google și Yandex ;
* plasarea articolelor („postări de invitați”, publicare în mass-media, fluxuri de știri);
* rețele sociale ;
* comunicate de presă ;
* marketing de mulțime ;
* crearea și menținerea blogurilor ;
* crearea unei rețele de site-uri („ sateliți ”) utilizate pentru a crește numărul de referințe și legături în rezultatele căutării. Această metodă de promovare a site-ului web se referă la „negru”. Motoarele de căutare nu recomandă utilizarea unor astfel de metode de optimizare și pot lua sancțiuni împotriva acestor site-uri.

1. Problema.

De calculat Precision si Recall (peștișorii roșii sunt relevante)



True Positive=3

False Negative=2

False Positive=1

True Negative=4

Precision=True Positive/(True Positive+False positive)=3/(3+1)=3/4

Recall=True positive/(True Positive+False Negative)=3/(3+2)=3/5