



دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه
مدیریت آمار و فناوری اطلاعات

کارگاه آموزش

سئو

و

سامانه پرتال اطلاع رسانی دانشگاه (مانا)

ارائه دهنده: واحد پرتال

ایوب شهبازی

(SEO) = SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

بهینه سازی برای موتورهای جستجو

سئو چیست و چه معنی دارد ؟

هدف از انجام سئو چیست؟

کاربردهای سئو کدام است؟

موتور جستجو (SEARCH ENGINE) چیست؟

موتور جستجو چیست؟ یک برنامه هوشمند اینترنتی است که به کاربران کمک می کند در میان میلیاردها صفحه وب، اطلاعات مورد نظرشان را پیدا کنند.

Google

وبومتریکس 2025

All Images Videos News Short videos Web Books More Tools

These are results for **وبومتریکس 2025**
Search instead for 2025وبومتریکس

 دانشگاه علوم پزشکی ایران
<https://libshmis.iums.ac.ir> · اخبار · Translate this page

اعلام نتایج رتبه بندی وبومتریکس 2025
در نسخه بتای رتبه‌بندی وبومتریکس ژانویه ۲۰۲۵، ۶۴ دانشگاه علوم پزشکی کشور — Esfand 1, 1403 AP
حضور دارند. این نظام رتبه‌بندی بر اساس شاخص‌های تأثیر (رویت‌پذیری)، ...

 ebometri
ing Web of Univer

 دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه
<https://it.kums.ac.ir> · news · بهبود-... · Translate this page

بهبود 961 پله ای رتبه دانشگاه در رتبه بندی جهانی ...
تازه‌ترین نتایج منتشر شده از نظام رتبه‌بندی بین‌المللی وبومتریکس در جولای 2025 با بهبود 961 پله ای — Shahrivar 15, 1404 AP
دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه همراه بوده است ...

 دانشگاه علوم پزشکی شیراز
<https://sci.sums.ac.ir> · نتایج-رتبه-... · Translate this page

تمام کارهایی که گوگل انجام می‌دهد به ۳ بخش تقسیم می‌شوند:

۱. **خزش (CRAWL):** گوگل کراول و یا در زبان فارسی "خزنده ی گوگل" وظیفه بررسی کردن صفحات و محتویات سایت ها را دارند. گوگل؛ محتواها را مانند متن، تصاویر و ویدئوها از صفحاتی که در اینترنت پیدا کرده است با برنامه‌های خودکار به نام خزنده (**CRAWLER**) دانلود می‌کند.

۱.۱. نحوه ی عملکرد گوگل کراول

گوگل کراول از طریق لینک ها و **URL** شناخته شده توسط لینک های دیگر، وارد سایت می‌شود و محتوا را بررسی می‌کند. اگر در محتوای خود لینکی را قرار داده باشید، گوگل کراول با برخورد به این لینک، از طریق آن به سایت دیگر هدایت و ان را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین برای افزایش سرعت بررسی کردن محتوا، لینکهای سایت را از لحاظ معتبر بودن مورد بررسی قرار دهید.

۲.۱. عوامل موثر بر گوگل کراول

- **نام دامنه:** دامنه هایی که از کلمات کلیدی استفاده شده است، مورد توجه گوگل کراول قرار می گیرند. و همچنین، هرچه رتبه دامنه سایت بالا باشد، بیشتر مورد بررسی قرار گرفته می شود.
- **لینک داخلی و بک لینک ها**
- **محتوای سایت:** یکی از عوامل مهمی که باید در تولید محتوا رعایت شود، عدم استفاده از محتوای کپی به شمار می رود.

۲. **ایندکس:** ایندکس صفحه در گوگل، بطور کلی به این معنی است که گوگل سایت و صفحات ما را می بیند و در یک دیتابیس بزرگ آن را ذخیره می کند. عبارتی فایل های خزش شده را تجزیه و تحلیل می کند و اطلاعات را (اگر شایسته بداند) در ایندکس گوگل که یک بانک اطلاعاتی بزرگ است ذخیره می کند. زمانی که ما مطلبی را در گوگل سرچ می کنیم، از گوگل درخواست می کنیم تمامی صفحات ایندکس شده را به ما نشان دهد.

روش های سرعت بخشیدن به ایندکس صفحات در گوگل

استفاده از **SITE MAP** ، به اشتراک گذاشتن مطالب در شبکه های اجتماعی با لینک، استفاده از محتوای با ارزش (خوب و با کیفیت)، لینکها شامل لینکهای داخلی و بک لینک ها

۳. **رتبه‌بندی:** وقتی یک کاربر اینترنتی، عبارتی را جستجو می‌کند؛ گوگل، بانک اطلاعاتی خود را با استفاده از نرم‌افزارهایی پیچیده که به آن الگوریتم گفته می‌شود، بررسی می‌کند تا مرتبط‌ترین، معتبرترین و تخصصی‌ترین نتایج را به کاربر ارائه کند.

SEO چیست؟

عبارت سئو SEO مخفف سه کلمه SEARCH ENGINE OPTIMIZATION به معنای بهینه سازی برای موتورهای جستجو است.

سئو سایت یک سری عملیات مداوم در داخل سایت و خارج سایت با هدف کسب رتبه های برتر گوگل و جذب بازدیدکننده به صورت رایگان است.

فرآیند سئو مداوم و همیشگی است، یعنی کار یک روز، یک ماه یا یک سال نیست! همیشگی است. سئو به ما کمک می کند سایتمان در نتایج اول گوگل باشد و به صورت رایگان بازدیدکننده دریافت کنید.

آیا سئو فقط برای سایت است؟ خیر. سئو فقط برای وب سایت نیست.

مثلا یوتیوب یک موتور جستجو ویدیویی است یا اینستاگرام هم یک موتور جستجوی تصویری و ویدیویی است. بنابراین برای اینکه ویدیوهای ما در یوتیوب رتبه مناسبی داشته باشد، باید نکاتی را در مورد سئو یوتیوب بدانیم.

عملیات سئو

عملیات سئو سایت به سئو داخلی (ON-PAGE SEO) و سئو خارجی (OFF-PAGE SEO) تقسیم می شود.

سئو داخلی

سئو داخلی شامل تمامی اقداماتی است که مستقیماً بر روی سایت اعمال می شود تا محتوای آن برای موتورهای جستجو بهینه تر شده و تجربه کاربران بهبود یابد.

مهم ترین فاکتورهای سئو داخلی:

* تولید محتوای باکیفیت: **محتوای ارزشمند و جذاب** که نیاز کاربران را برطرف کند، کلید اصلی موفقیت در سئو داخلی است.

* بهینه سازی تصاویر: **استفاده از فرمت مناسب، کاهش حجم تصاویر** و افزودن متن جایگزین یا همان **ALTERNATIVE TEXT (ALT)** برای درک بهتر موتورهای جستجو.

بهینه سازی متا تگ ها: **متا تایتل و متا دیسکریپشن** بهینه به افزایش نرخ کلیک (**CTR=CLICK THROUGH RATE**) کمک می کند.

مهم ترین فاکتورهای سئو داخلی:

- * بهبود رابط کاربری (UI) **USER INTERFACE** و تجربه کاربری : طراحی سایت باید جذاب، ساده و قابل درک باشد تا کاربران مدت بیشتری در سایت بمانند.
- * افزایش سرعت سایت: استفاده از کشینگ، کاهش حجم فایل ها و بهینه سازی کدها برای کاهش زمان بارگذاری صفحه.
- رسانسیو بودن سایت: سازگاری سایت با نمایشگرهای مختلف مانند موبایل و تبلت برای افزایش رضایت کاربران.
- * لینک سازی داخلی: ارتباط درست بین صفحات مختلف سایت از طریق لینک سازی داخلی برای افزایش زمان ماندگاری کاربران در سایت.
- * تحقیق و بهینه سازی کلمات کلیدی: یافتن کلمات کلیدی پر جستجو و استفاده طبیعی از آنها در محتوا.

سئو خارجی (OFF-PAGE SEO)

سئو خارجی شامل اقداماتی است که خارج از سایت انجام می‌شود و هدف آن افزایش اعتبار دامنه و بهبود رتبه سایت در نتایج جستجو است.

مهم‌ترین فاکتورهای سئو خارجی:

بک لینک‌سازی : (LINK BUILDING) دریافت لینک از سایت‌های معتبر که اعتبار سایت را افزایش می‌دهد.

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی : به اشتراک‌گذاری محتوا در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، توئیتر و لینکدین برای افزایش ترافیک و تعامل کاربران.

ویدیو مارکتینگ : تولید و انتشار ویدیوهای آموزشی و تبلیغاتی در یوتیوب و آپارات برای جذب مخاطبان بیشتر.

برندینگ و اعتبار دامنه : ایجاد نام تجاری قوی و افزایش جستجوی مستقیم نام برند در گوگل.

استفاده از کلمات کلیدی در تولید محتوا

- منظور از کلمات کلیدی، عبارت هایی هستند که **هدف اصلی محتوا** را مشخص می کنند
- عبارات یا کلمات کلیدی به موتورهای جستجو برای درک بهتر موضوع یک صفحه یا محتوا کمک می کنند.
- با استفاده از کلمات کلیدی مناسب و بهینه، موتورهای جستجو می توانند بهتر متوجه شوند که صفحه شما درباره چه موضوعی است و در نتایج جستجو آن را نمایش دهند. علاوه بر این، کلمه کلیدی در بهبود سئو نیز موثر می باشد.

نحوه استفاده از کلمات کلیدی در تولید محتوا

- به طور کلی می توانید کلمات کلیدی را در بخش های زیر به کار ببرید.
- **عنوان سئو** اولین بخشی است که کلمات کلیدی باید در آن جای گیرند. توجه کنید عنوان سئو با عنوان مقاله فرق می کند اما در بسیاری مقالات شباهت زیادی به یکدیگر دارند یا کاملاً یکسان هستند.
 - **عنوان صفحه** یکی از مهم ترین بخش هایی است که کلمات کلیدی باید در آن حضور داشته باشند. این کار کمک می کند که موتورهای جستجو سریع تر متوجه موضوع محتوای شما شوند.

- توضیحات متا (META DESCRIPTION) خلاصه‌ای از محتوای صفحات شماست که در نتایج جستجو نمایش داده می‌شود. قرار دادن کلمات کلیدی در این بخش می‌تواند به بهبود نرخ کلیک کمک کند. اگر در سایر بخش‌ها به‌طور مناسب از کلمات کلیدی استفاده کردید، الزامی در استفاده از آن در متای صفحه نیست و بهتر است در این بخش با متنی جذاب کاربر را به سمت سایت خود بکشانید.
- استفاده از کلمات کلیدی در تیترهای مختلف (H1 و H2 و H3) به الگوریتم‌های موتورهای جستجو کمک می‌کند تا ساختار و موضوعات فرعی محتوای شما را بهتر درک کنند و آن‌ها را سریع‌تر به کاربران هدف نمایش دهند.
- کلمات کلیدی باید به‌صورت طبیعی و متناسب در متن اصلی به کار روند. استفاده‌ی بیش‌ازحد از کلمات کلیدی می‌تواند تجربه‌ی کاربری را کاهش دهد و موتورهای جستجو را دچار اشتباه کند.

نحوه استفاده از کلمات کلیدی در تولید محتوا

- قرار دادن کلمات کلیدی در آدرس صفحه (URL) می تواند به بهبود سئو و قابل فهم تر شدن لینک محتوا کمک کند. تا جای ممکن سعی کنید URL را کوتاه بنویسید و بین هر کلمه از - استفاده کنید.
- سعی کنید حتما برای تصاویری قرار می دهید متن جایگزین یا **ALT TAG** بنویسید. این متن ها با شرح دقیق عکس ها به الگوریتم های موتورهای جستجو کمک می کنند موضوع محتوا را به خوبی درک کنند و اگر هر عکسی به هر دلیلی نمایش داده نشود، کاربر با دیدن آن متن، متوجه موضوع عکس شود.

چند نکته مهم:

- یکی از نکات مهم در تولید محتوا پرهیز از کپی است.
- دومین نکته پرهیز از مطالب تکراری و غیر ضروری است.
- استفاده از چندین کلمه کلیدی نامرتبط، نکته مهم دیگری است که باید از آن پرهیز کنید.
- استفاده بیش از حد کلمات کلیدی در تولید محتوا، عنوان، تیترها و متن باعث تضعیف سئو می شود.

جستجوی کلمات کلیدی با استفاده از جستجوی گوگل



- 🔍 دوره سئو سایت
- 🔍 دوره سئو سایت - Google Search
- 🔍 دوره سئو سایت
- 🔍 دوره سئو سایت چیست
- 🔍 دوره سئو سایت فروشگاهی
- 🔍 دوره سئو سایت وردپرسی
- 🔍 بهترین دوره سئو سایت
- 🔍 دوره رایگان سئو سایت
- 🔍 دوره آموزش سئو سایت
- 🔍 دوره آموزشی سئو سایت
- 🔍 دوره سئو نی نی سایت

فیلدهای کلمات کلیدی در مازول های مانا

مشخصات کلی صفحه		سئو (SEO)	
اطلاعات خبر			
URL https://www.kums.ac.ir/fa/test/testi		عنوان صفحه (Page Title)	
نام صفحه در URL testi			
عنوان صفحه در منو test		توضیحات صفحه (Page Description)	
عنوان صفحه در مرورگر test			
کلیدواژه های URL 		کلیدواژه آدرس (Url Keyword)	
شرح 			
کلیدواژه 		کلیدواژه (keyword)	
اولویت 0		آدرس Canonical	
قالب صفحه تگ ستونه جدید		آدرس Redirect	

وسط - نمایش به صورت پنل بار

رئیس دانشگاه

نوع کادر : کادر ایستا

معاونت های دانشگاه

نوع کادر : کادر ایستا

مدیران ستاد

نوع کادر : کادر ایستا

دانشکده ها

نوع کادر : کادر ایستا

بیمارستان ها

نوع کادر : کادر ایستا

شبكة های بهداشت و درمان

نوع کادر : کادر ایستا

لینک داخلی

هر لینکی در یک سایت که به صفحه‌ای دیگر از همان سایت اشاره می‌کند، یک لینک داخلی نامیده می‌شود. به عبارت دیگر، لینک داخلی صفحه‌ای روی یک دامین مشخص را به صفحه‌ی دیگری روی همان دامین پیوند می‌دهد.

کاربران با کلیک بر روی این لینک‌ها به سایر صفحات و بخش‌های مرتبط در سایت منتقل می‌شوند و ربات‌های گوگل می‌توانند صفحات جدید و مرتبط را به راحتی پیدا کنند.

اهمیت لینک دهی داخلی:

لینک دهی داخلی می تواند فرآیند ایندکس شدن وب سایت شما را بهبود ببخشد.
لینک سازی داخلی می تواند پتانسیل بک لینک گرفتن برای صفحات داخلی تر سایت را بیشتر کند.
لینک دهی داخلی به صفحات داخلی ارزش می دهد.

تکنیک هایی برای لینک سازی داخلی در سایت:

لینک دهی داخلی از یک صفحه با محتوای ارزشمند به یک صفحه ارزشمند دیگر
به صفحاتی که بازدیدشان از صفحات دیگر بیشتر است لینک داخلی بدهید
بروز رسانی محتوای قدیمی و تولید محتوای جدید و ارزشمند

اشکالات رایج در لینک دهی

لینک داخلی شکسته (ناقص) یا خطای ۴۰۴
لینک سازی بیش از حد به صفحات کم اهمیت
لینک سازی داخلی زیاد (در یک صفحه)

ALT از کلمه **ALTERNATIVE** به معنی «جایگزین» گرفته شده است. در واقع **ALT** یک متن جایگزین است که با کدهای **HTML** برای توصیف یک تصویر یا عملکرد آن در صفحه به کار می‌رود. از آنجا که گوگل قادر به تشخیص تصاویر نیست، از تگ **ALT** تصاویر برای شناسایی محتوای آن‌ها استفاده می‌کند.

بهترین فرمت برای نوشتن **ALT** مناسب این است که به قدر کفایت تصویر را توصیف کنید. یک کلیدواژه یا عبارت کلیدی که بتواند توصیف خوبی از عکس باشد.

تگ H یا تگ HEADING چیست؟

- تگ‌های H یا هدینگ ها (HEADING) همان عنوان ها و زیرعنوان های صفحه هستند که با تگ های HTML مشخص می شوند.

- یکی از مهم ترین اجزای صفحه و ابزاری قدرتمند برای سازماندهی و ساختاردهی محتوا در صفحات وب هستند.

- تگ‌های هدینگ نقشی بسیار مهم در بهینه سازی موتور جستجو (SEO) دارند. این تگ‌ها ساختار محتوای صفحه را مشخص کرده و به موتورهای جستجو و کاربران کمک می کنند تا بفهمند کدام بخش از محتوای صفحه مهم تر است. استفاده صحیح از این تگ ها نه تنها برای بهبود تجربه کاربری ضروری است، بلکه برای رتبه بندی بهتر در نتایج جستجو نیز تأثیر زیادی دارد.

- تگ های هدینگ قطعه کدهای HTML هستند.

- تگ‌های هدینگ مجموعه ای از ۶ تگ هستند. H1, H2, H3, H4 H5 ,H6

آموزش استفاده و سئو تگ های H

- تگ H1 برای مشخص کردن مهمترین عنوان در درون محتوای صفحه استفاده می شود و باید حاوی کلمات کلیدی اصلی باشد تا موتورهای جستجو بتوانند به راحتی موضوع صفحه را شناسایی کنند. استفاده درست از این تگ به جلب توجه موتورهای جستجو کمک کرده و باعث می شود صفحه موردنظر برای جستجوهای مرتبط رتبه بهتری کسب کند.
- هر صفحه صرفا باید دارای یک تگ H1 باشد در صورتی که تعداد آن را افزایش بدهید، امتیاز سئو کاهش پیدا می کند.
- تگ های H2 و H3 برای ساختاردهی به محتوای صفحه و تفکیک بخش های مختلف از یکدیگر استفاده می شوند. این تگ ها به موتور جستجو و کاربران کمک می کنند تا ارتباط میان عنوان ها و زیرعنوان ها را درک کنند.
- تنها تگی که استفاده از آن با محدودیت های عددی همراه است، همان تگ H1 است. این یعنی هیچ محدودیتی در استفاده از تگ های H2 تا H6 نیست می توان نسبت به متن صفحه، از آنها استفاده کرد.

از دید ظاهری در نمایش بصری سایت :
H1 بزرگترین و برجسته ترین عنوان است
H2 کمی کوچکتر ولی واضح است.
H3 - H6 معمولا برای جزئیات و زیر شاخه ها استفاده می شود.

مثلا در صفحه اخبار سایت دانشگاه:

</H1>افتتاح مرکز نوآوری سلامت دیجیتال در دانشگاه<H1>

</P>...در این مراسم<P>

<H2>/اهداف مرکز<H2>

</P>...<P>

<H2>سخنرانی ریاست دانشگاه<H2>

</P>...<P>

<H2>تصاویر مراسم</H2>

تگ های HEADING

کاربر با نگاه کردن، بدون خواندن کامل متن، متوجه می شود:

– صفحه درباره ی افتتاح مرکز نوآوری است

– چه بخش هایی در خبر وجود دارد

– کدام بخش برایش مهم تر است

تنظیمات تگ H در کادرها

Mozilla Firefox — مدیریت کادرهای صفحه - مدیریت پورتال مانا

www.kums.ac.ir/Components/CMS/Admin/BoxEdit.aspx?pageid=97533&CMSId=1065

افزودن کادر ایستا به صفحه نخست

ذخیره کپی کادر سطوح دسترسی برای کادر

عنوان متن نحوه نمایش پارامترها رسانه کادر افکت تاریخ انتشار

زبان: Farsi

عنوان

عنوان Tag: Heading 2

نمایش عنوان در کادر

آیکون کادر

لینک عنوان

عنوان بایگانی

لینک بایگانی

انتخاب آیکون

Heading 1

Heading 2

Heading 3

Heading 4

Heading 5

Heading 6

Span

Paragraph

Default

راهکارهای بهبود و ارتقاء سئوی سایت

بهبود سرعت لود صفحات سایت

بهبود کیفیت و ساختار محتواهای سایت

بهینه‌سازی تصاویر سایت

انتخاب و تحقیق کلمات کلیدی

بهینه‌سازی کدهای سایت

استفاده از لینک‌سازی خارجی برای بهبود سئو

ارتقا سئو سایت با لینک سازی داخلی

بهینه سازی سایت برای موبایل

اشکالات و نواقص زیرپرتالها

- عدم رعایت نامگذاری صحیح صفحات در قسمت آدرس URL صفحه
- عدم تکمیل عناوین مهم در مشخصات کلی صفحه از جمله شرح، کلید واژه
- عدم تعیین قالب صفحه در بخش مشخصات کلی صفحه
- وجود صفحات خالی و یا دارای محتوای کم ارزش
- چیدمان نامناسب کادرها در صفحه نخست زیرپرتال
- وجود ارور ۴۰۴ در صفحات و لینک ها
- عدم تکمیل تب سئو در مازول هایی همچون اخبار
- نامگذاری نامناسب رسانه های بارگذاری شده در مازول رسانه اعم از تصاویر و یا فایل های OFFICE
- عدم تکمیل بخش توضیحات در رسانه برای تصاویر و فایل های آپلود شده در رسانه
- استفاده از فونت های مختلف و نامتناسب در زیرپرتال
- عدم استفاده از تصاویر با پسوند WEBP