



آشنایی با وبومتریک (Webometrics):

رتبه‌بندی وبومتریکس (وب‌سنجی) دانشگاه‌های دنیا در سال ۲۰۰۴ توسط آزمایشگاه سایبومتریک، واحدی از انجمن ملی تحقیقات اسپانیا، بر اساس شاخصی مرکب از چهار پارامتر تهیه شده است. در آخرین نسخه این رتبه‌بندی حدود ۲۵۰۰۰ دانشگاه دنیا بر اساس اطلاعات مبتنی بر وب آن‌ها تحلیل شده است. این رتبه‌بندی که همه ساله در انتهای ماه‌های ژانویه و جولای به‌روز می‌شود، یک مقیاس وبی برای دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را فراهم آورده و میزان فعالیت علمی وب‌گاه‌های آموزشی را به‌صورت دوره‌ای نشان می‌دهد.

اهداف وبومتریکس

شاخص‌های وبومتریکس به این دلیل به وجود آمده‌اند که میزان توجه مؤسسات و دانشگاه‌ها را به نشر اینترنتی نشان دهد. به عبارت دیگر هدف اصلی این رتبه‌بندی حمایت از طرح‌های دسترسی آزاد به‌منظور افزایش انتقال علم و دانش تولید شده توسط دانشگاه‌ها به کل جامعه است. لذا هدف از این رتبه‌بندی ارزیابی طراحی وب‌سایت‌ها و میزان بازدید آن‌ها نیست و در واقع رتبه مناسب برای یک دانشگاه تنها در صورتی امکان‌پذیر است که حضور آن دانشگاه در فضای مجازی، آیینی‌ای تمام‌نما از دانشگاه در فضای واقعی باشد. بنابراین برخی از دانشگاه‌های با کیفیت آموزشی بالا ممکن است به دلیل عدم تمایل به سیاست‌های انتشار اینترنتی، در این نوع رتبه‌بندی جایگاه مورد انتظار را به دست نیاورند. یکی دیگر از اهداف این رتبه‌بندی، ارزیابی جهانی دانشگاه‌ها است و بدین منظور تلاش شده است تا مؤسسات و دانشگاه‌های معتبر در همه کشورهای دنیا (توسعه‌یافته و در حال توسعه) ارزیابی شوند.

معیارهای رتبه‌بندی وبومتریکس

در حال حاضر چهار شاخص اصلی به‌عنوان فاکتورهای ارزیابی وبومتریکس وجود دارد. در جدول ذیل عنوان هر شاخص و درصد اهمیت آن بر اساس آخرین نسخه (ژانویه ۲۰۱۹) ارائه شده است.

توضیحات	ضریب تاثیر در ویرایش	شاخص	ردیف
تعداد لینک‌های ورودی یا برگشتی (backlink) شناسایی شده توسط موتورهای جستجوگر Majestic SEO و ahref (دامنه‌های روی یک شبکه با subnet مشترک منظور نمی‌شوند)	50%	IMPACT	۱
تعداد صفحات ایندکس شده از وب‌سایت، توسط موتور جستجوگر Google (شامل همه ساب دامین‌ها)	5%	PRESENCE	۲
مجموع ارجاعات مقالات ۹ استاد برتر دانشگاه بر اساس پروفایل Google Scholar	10%	OPENNESS - Transparent Ranking	۳
تعداد مقالات دانشگاه که بیشترین ارجاع را داشته‌اند در بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ بر اساس Scimago	35%	EXCELLENCE	4

موارد غیر قانونی

رتبه بندی سایتها بر اساس حجم و کیفیت محتوی منتشر شده در سایتهای دانشگاهی می باشد که این محتوی باید نتیجه فعالیت هیات علمی و سایر اعضا دانشگاه باشد. استفاده از روشهای غیر مجاز ذیل بجهت بهبود رتبه بندی، صرفنظر از غیر اخالقى بودن این امر، طبق قوانین بین المللی مشمول مجازات می باشد:

- استفاده بدون مجوز از مطالب علمی نویسندگان غیر عضو دانشگاه
- استفاده از مطالب علمی خارجی جهت بهبود رتبه بندی سایت
- افزایش غیر واقعی تعداد فایل‌های وب سایت با روشهایی مثل تقسیم یک فایل به تعداد زیادی فایل و یا استفاده از یک محتوی در فرمتهای مختلف
- نقض قوانین کپی رایت
- راه اندازی سایتهای انجمنی (Forum) خارج از دامنه دانشگاه جهت دانشجویان برای ایجاد لینکهای زیاد به دانشگاه
- افزایش غیر واقعی تعداد لینکها با خریداری لینک به Farm Link ها. در ارزیابی های وبومتریکس، به دانشگاههای خاطی، رتبه ۹۹۹۹۹ام داده می شود. همچنین اگر شاخص Visibility بیش از ۸۰ درصد متوسط شاخصهای دیگر باشد و یا در مواردی که در شاخص Openness تعداد فایل‌های PDF بیش از 30000 عدد و بیش از یک سوم اندازه سایت باشد، مقدار صفر برای شاخص مربوطه و رتبه ۹۹۹۹۹ برای دانشگاه لحاظ می شود.

راهکارهای بهبود رتبه دانشگاه در وبومتریک

- ✓ تجمیع وب سایت‌های دانشگاه در یک دامنه (Domain) واحد.
- ✓ ایجاد آدرس ایمیل دانشگاهی برای اساتید و مربیان
- ✓ استاندارد کردن وب سایت‌های مراکز آموزشی
- ✓ ایجاد وبسایت یکپارچه برای اساتید و مربیان
- ✓ ایجاد صفحات برای همه اساتید و مربیان دانشگاه در Google Scholar با آدرس ایمیل معتبر دانشگاهی.
- ✓ اعمال استانداردهای SEO در خروجی همه صفحات وب دانشگاه
- ✓ اعمال استانداردهای Google Scholar در خروجی و تگهای صفحات مقالات و محتوای علمی
- ✓ تدوین و اعمال استانداردهای وب در وبسایت اصلی و همه وب سایت‌های دانشگاه
- ✓ فعال کردن بانک اطلاعات پایان‌نامه‌های دانشگاه بر روی اینترنت با اعمال استانداردهای SEO بر روی آن (بهتر است اطلاعات پایان‌نامه‌ها حاوی اطلاعات شناسنامه‌ای پایان‌نامه به همراه خلاصه پایان‌نامه بر روی وب منتشر شود).
- ✓ آشنا کردن راهبران سایت‌های زیرمجموعه و اعضای هیئت علمی دانشگاه با وبومتریکس و نحوه رتبه بندی در آن
- ✓ راه‌اندازی سامانه متمرکز نشریات و کنفرانس‌های دانشگاه
- ✓ تبادل لینک با سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات معتبر
- ✓ مدیریت و پشتیبانی مؤثر از وب سایت‌های زیرمجموعه دانشگاه
- ✓ ارائه بیشتر محتوای علمی تولیدشده در دانشگاه در محیط وب با روش‌های گوناگون
- ✓ ایجاد صفحات (وبسایت) برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی با امکان مدیریت اطلاعات توسط خود افراد

- ✓ عمومی کردن دسترسی به اطلاعات (تا حد امکان اطلاعات وبسایتها و سامانهها بدون سطوح دسترسی و به صورت عمومی بر روی اینترنت قابل دیدن باشد).
- ✓ تدوین آیین نامه‌هایی به منظور الزام اساتید و مربیان دانشگاه در استفاده از ایمیل دانشگاه و ارائه آدرس وبسایت شخصی/رسمی در مقالات، رزومه و...
- ✓ ایجاد مکانیزمی برای الزام اساتید و مربیان برای ایجاد و به روز کردن اطلاعات مقالات در صفحه پروفایل Google Scholar

ویژگی‌های یک پرتال حرفه‌ای

یک پرتال حرفه‌ای و موفق باید ویژگی‌های مختلف و متنوعی داشته باشد. اولین نکته طراحی مناسب است. استفاده از آن باید ساده و سهل باشد تا بتواند پاسخگوی طیف وسیع مخاطبان باشد، قوانین مربوط به کپی‌رایت را رعایت کند. از نوآوری و فناوری‌های روز استفاده کند و از همه مهم‌تر محتوای آن به گونه‌ای باشد که ضمن پاسخگویی به نیاز کاربران بتواند جایگاه پرتال را نیز از نظر فنی ارتقا بخشد. شناخت طیف مخاطبین یک پرتال نکته قابل توجه دیگری است که مدیران باید بدان تمرکز کنند. به طور معمول مخاطبین یک پرتال دانشگاهی، دانشجویان، اساتید و اعضای هیئت علمی، کارکنان و فارغ التحصیلان هستند که طراحی فضای پرتال باید به گونه‌ای باشد تا هریک از این افراد بتوانند به راحتی به بخش مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند. مباحث مربوط به امنیت، حفظ حریم خصوصی و اطلاعات کاربران نیز نکته مهمی است که مدیران باید بدان توجه داشته باشند.

سئو چیست؟

سئو مجموعه‌ای از کارها برای بهبود رتبه وبسایت در نتایج جستجوی گوگل است.

کلمه SEO مخفف کلمه Search Engine Optimization است. یعنی چه؟ یعنی: (بهینه سازی برای موتورهای جستجو)

بهینه سازی برای موتورهای جستجو، به مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها و دستورالعمل‌ها گفته می‌شود که اگر به درستی انجام شوند منجر به بهتر شدن جایگاه سایت در موتورهای جستجو (به خصوص گوگل) و افزایش بازدید سایت و هدایت ترافیک بیشتر می‌شوند.

چک لیست سئو داخلی سایت

۱. بهینه کردن آدرس (URL) تمام صفحات سایت
۲. بهینه سازی عنوان سئو یا Meta title
۳. رعایت ساختار در نوشتار متن (بهینه‌سازی H1، H2 و H3)
۴. بهینه‌سازی انکر تکست‌ها
۵. بهینه سازی توضیحات متا یا Meta Description
۶. رعایت کردن چگالی کلمات کلیدی

۷. لینک سازی داخل سایت

۸. بهینه سازی تصاویر سایت

چک لیست سئو تکنیکال

۱. ساختار بهینه شده برای ربات ها

۲. فایل robot.txt

۳. صفحات ۴۰۴ و لینک های شکسته

۴. جلوگیری از وجود صفحات تکراری (duplicate content)

۵. سایت مپ

۶. ریسپانسیو بودن سایت یا هماهنگی با گوشی های موبایل

۷. استفاده کردن از کدهای نشانه گذاری اسکیمما

۸. تهیه گواهی SSL

و نکته آخر ، لیستی از بهترین ابزارهای موجود برای آنالیز سایت از نظر سئو بودن از قرار زیر است :

۱. گوگل آنالیتیکس : همه چیز را راجع به کاربران سایتتان بدانید . گوگل آنالیتیکس (google-analytics)

۲. Google PageSpeed Insights : تست سرعت صفحات سایت

۳. Woorank : چک کردن وضعیت سئوی سایت

۴. گوگل سرچ کنسول : دریافت اطلاعات اجمالی درباره عملکرد سایت ([Google Search console](https://www.google.com/search-console/))

۵. SpyFu : رصد کردن رقبا

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی البرز