



Curso: Search Engine Optimization (SEO)

Duração: 18h


Área formativa: Marketing Digital

Sobre o curso

Search Engine Optimization (SEO), ou seja, otimização para motores de pesquisa, é uma ferramenta estratégica que consiste em melhorar a indexação de um site nos resultados de pesquisa. Considerada uma das atividades mais importantes no âmbito do Marketing Digital, o planeamento estratégico e utilização de técnicas de SEO são fundamentais para o posicionamento de um website nos motores de pesquisa.

Este curso tem como objetivos:

Dotar os formandos de conhecimentos em Search Engine Optimization é o objetivo desta formação. No final, o formando deverá ser capaz de identificar e implementar ações de otimização em sites, com o objetivo de melhorar o seu posicionamento orgânico nos motores de pesquisa.

Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um badge digital para partilhares  com a tua rede profissional online. Sabe mais sobre os badges digitais [aqui](#).

Destinatários

Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design.
Gestores de conteúdos online.

Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet. Frequência do curso Fundamentos de Search Engine Marketing ou conhecimentos equivalentes.

Metodologia

Formação Presencial ou Live Training (Formação Online Síncrona).

Programa

- Introdução ao Search Engine Optimization
 - Práticas de Search Engine Optimization
 - Mitos de SEO
 - Black Hat SEO
 - Google PageRank
 - Métricas e indicadores de retorno
 - Escolher as configurações de dispositivos móveis
 - Sinalizar as configurações aos mecanismos de pesquisa
 - Configurar para outros dispositivos
 - Erros comuns a evitar
-
- Introdução ao Search Engine Optimization
 - Conceitos gerais
 - Vantagens SEO
 - Palavras-chave
 - Definição de objetivos e metas por tipo de website (media, lead generation, e-commerce, suporte)
 - Landing pages.
 - Práticas de Search Engine Optimization
 - Principais fatores de posicionamento:
 - Fatores onpage e offpage,
 - Fatores técnicos, de conteúdo e links
 - Técnicas de link building
 - Técnicas de otimização do conteúdo:
 - Título,
 - Organização e hierarquia da informação,
 - Densidade de palavra-chave,
 - Copywriting para SEO
 - Conceitos técnicos de otimização:
 - Metadata (meta description, title tags, nofollow, etc),
 - XHTML,
 - Otimização de vídeo e imagens,
 - Flash, Ajax e Javascript,
 - Sitemaps XML e HTML,
 - Formatos dos URLs: session variables e query strings, vanity URLs, URL parameters.
 - Mitos de SEO
 - Black Hat SEO
 - Google PageRank
 - Métricas e indicadores de retorno
 - Processo de monitorização
 - Otimização contínua
 - Indicadores e métricas relevantes
 - Ferramentas úteis:
 - Google Webmaster Tools,
 - Google Analytics,
 - Google Keywords Tool.
 - Escolher as configurações de dispositivos móveis
 - Sinalizar as configurações aos mecanismos de pesquisa
 - Configurar para outros dispositivos

- Erros comuns a evitar