

Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.1

Tópico: Como funcionam os motores de pesquisa

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Número de unidades

UNIDADES	
2.1	Como funcionam os motores de pesquisa
2.2	Estratégia de SEO
2.3	Estratégia de SEO - Explorar
2.4	Estratégia de SEO - Estabelecer
2.5	Estratégia SEO - Melhorar
2.6	Estratégia SEO - Ampliar
2.7	Estratégia de SEO - Avaliar

2. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Descrever como funcionam os motores de pesquisa
2	Explicar como submeter um sítio Web a um motor de pesquisa
3	Construir uma estratégia de SEO
4	Explicar as etapas de uma estratégia de SEO
5	Explicar o funil de vendas
6	Determinar os objetivos
8	Definir a estratégia de SEO da concorrência
9	Desenvolver uma estratégia de palavras-chave
10	Construir uma auditoria SEO
11	Avaliar uma auditoria SEO

12	Desenvolver um plano de otimização de uma estratégia de SEO
13	Efetuar uma otimização SEO
14	Construir uma estratégia de criação de ligações para potenciar a SEO
15	Construir uma estratégia de redes sociais para potenciar a SEO
16	Avaliar o desempenho da estratégia de SEO

3. Informações pormenorizadas sobre as unidades

UNIDADES				
2.1	Como funcionam os motores de pesquisa			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
4 horas		2	2	3 horas
Tópicos	Descrição			
1	Como funcionam os motores de pesquisa			
2	Como submeter um sítio Web a um motor de pesquisa			
2.2	Estratégia de SEO			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
1 hora		1	1	1 hora
Tópicos	Descrição			
1	Etapas de uma estratégia de SEO			

2.3	Estratégia - Explorar			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
16 horas		4	4	16 horas
Tópicos	Descrição			
1	Explicar o funil de vendas			
2	Determinar os objetivos			
3	Definir a estratégia de SEO da concorrência			
4	Desenvolver uma estratégia de palavras-chave			
2.4	Estratégia de SEO - Estabelecer			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
2 horas		1	1	3 horas
Tópicos	Descrição			
1	Auditar a estratégia de SEO			
2.5	Estratégia SEO - Melhorar			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
12 horas		1	3	16 horas
Tópicos	Descrição			
1	Otimizar o sítio Web			
2	Otimizar o conteúdo para uma estratégia de SEO			
1	Otimização técnica			

2	SEO local			
2.6	Estratégia SEO - Ampliar			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
2 horas		1	2	4 horas
Tópicos	Descrição			
1	Estratégia de criação de ligações			
2	Utilizar as redes sociais para amplificar a estratégia de SEO			
2.7	Estratégia de SEO - Avaliar			
Unidade duração tempo		Número de atribuições	Número de atividades na sala de aula	Tempo de duração da missão
2 horas		1	2	2 horas
Tópicos	Descrição			
1	Preparar os dados			
2	Métricas			



Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.2

Tópico: Estratégia de SEO

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Construir uma estratégia de SEO
2	Explicar as etapas de uma estratégia de SEO

2. Conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	1 - Etapas de uma estratégia SEO
Fazer a ponte	<p>Abra o tópico perguntando aos alunos se acham que é possível uma empresa de pequena dimensão estar na primeira posição da SERP e uma empresa de maior dimensão estar nas posições secundárias?</p> <p>Continue perguntando-lhes se acham que é possível uma empresa utilizar métodos "menos conhecidos" ou "menos claros" para se classificar na primeira posição da SERP?</p>
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO - Etapas de uma estratégia de SEO Descrever que Search Engine Optimization - SEO, é uma estratégia, constituída por um conjunto de passos que visa colocar as páginas de um website nos resultados dos motores de pesquisa, preferencialmente nas primeiras posições, quando o utilizador digita determinadas palavras-chave</p> <p>Descrever os cinco passos de uma estratégia de SEO - 5E:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explorar 2. Estabelecer 3. Melhorar 4. Aumentar 5. Avaliar <p>ATIVIDADES - Etapas de uma estratégia de SEO Peça aos alunos para efetuarem uma pesquisa e determinarem as principais referências na definição de uma estratégia de SEO.</p>

Leituras atribuídas	<p>Etapas de uma estratégia de SEO</p> <p>Capítulo ii): McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p> <p>Capítulo 3. Planeamento de SEO: Personalizando sua estratégia: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominando a otimização de mecanismos de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 1: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>Capítulo 10: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p>
Lista de avaliações e prazos de entrega	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS - Etapas de uma estratégia SEO</p> <p>Debate: Pergunte aos alunos que passos estão presentes em todas as diferentes metodologias de criação de uma estratégia de SEO.</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico</p> <p>Se estivesse a escrever um questionário sobre o material de hoje, que duas perguntas acrescentaria?</p> <p>Na tua opinião, qual é a coisa mais importante que aprendemos hoje?</p>
Preparação do instrutor	



Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.3

Tópico: Estratégia - Explorar

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Explicar o funil de vendas
2	Determinar os objetivos
3	Definir a estratégia de SEO da concorrência
4	Desenvolver uma estratégia de palavras-chave

2. Conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	1 - Explicar o funil de vendas 2 - Determinar os objetivos 3 - Definir a estratégia de SEO da concorrência 4 - Desenvolver uma estratégia de palavras-chave
Fazer aponte	<p>Abra o tópico perguntando aos alunos o que aconteceria se não houvesse investigação sobre o público e os concorrentes.</p> <p>A pesquisa é uma parte importante da otimização para motores de pesquisa (SEO) porque ajuda a compreender o público e os tópicos em que estão interessados. Também ajuda a identificar as palavras-chave e as frases que as pessoas estão a utilizar para procurar os produtos, serviços ou informações. Também permite avaliar a concorrência e determinar oportunidades.</p>
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO</p> <p>1. Explicar o funil de vendas Explicar o conceito de funil de vendas, percurso do consumidor ou outro modelo de comportamento do consumidor, mostrando que, à medida que o comportamento evolui, o mesmo acontece com a forma como os consumidores procuram a informação.</p> <p>2. Determinar os objetivos A definição de objetivos é uma parte importante de qualquer estratégia de SEO, porque ajuda a garantir que o tempo e os recursos investidos em SEO estão a ser</p>

direcionados para atingir metas específicas e mensuráveis. Ter objetivos claros também ajuda a dar prioridade às tarefas e a concentrar os esforços de toda a equipa. Sem objetivos definidos, pode ser difícil determinar o sucesso ou a eficácia de uma campanha de SEO e identificar áreas a melhorar.

Relacionar os objetivos de uma estratégia de SEO com os objetivos estratégicos da organização e o seu posicionamento.

3. Descrever a estratégia de SEO da concorrência

A descrição dos concorrentes numa estratégia de SEO é importante porque ajuda a fornecer contexto e a informar a direção geral da campanha. Compreender quem são os concorrentes e o que estão a fazer pode ajudar a identificar oportunidades e desafios e a desenvolver uma estratégia única e eficaz. Ao analisar os pontos fortes e fracos dos concorrentes, é possível identificar áreas em que a empresa se pode diferenciar e potencialmente obter uma vantagem no mercado. Além disso, o acompanhamento das atividades dos concorrentes pode fornecer informações valiosas sobre as tendências do sector e as mudanças no comportamento dos consumidores.

4. Desenvolver uma estratégia de palavras-chave

As palavras-chave são uma parte importante de uma estratégia de SEO porque ajudam a informar o conteúdo e a estrutura de um sítio Web e são uma das principais formas de os motores de pesquisa determinarem a relevância e a autoridade de uma página Web. Ao incluir palavras-chave relevantes no conteúdo e nos metadados de um sítio Web, é possível melhorar a visibilidade desse sítio Web nas páginas de resultados dos motores de pesquisa (SERPs) para essas palavras-chave. Isto, por sua vez, pode ajudar a conduzir o tráfego direcionado para o sítio Web e aumentar as hipóteses de converter esse tráfego em clientes ou leads. As palavras-chave são também um fator importante na experiência do utilizador, uma vez que ajudam a fornecer contexto e a orientar os utilizadores para o conteúdo mais relevante de um sítio Web.

ATIVIDADES

1. Explicar o funil de vendas

Peça aos alunos que pesquisem na Internet e identifiquem propostas de vários autores e empresas que descrevam funis de vendas. Peça-lhes que pesquisem o que é a viagem do consumidor e os modelos de comportamento do consumidor.

2. Determinar os objetivos

Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:

- Loja online.
- Presença online da marca.
- Repositório de informações (por exemplo, notícias)

Determinar os objetivos de SEO

3. Descrever a estratégia de SEO da concorrência

Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:

- Loja online.

	<ul style="list-style-type: none"> - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias) <p>Determinar os seus concorrentes e as suas estratégias de SEO</p> <p>4. Desenvolver uma estratégia de palavras-chave</p> <p>Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias) <p>Desenvolver uma estratégia de palavras-chave para a organização</p>
Leituras atribuídas	<p>1. Explicar o funil de vendas</p> <p>https://raddinteractive.com/the-seo-marketing-sales-funnel-guiding-people-to-conversion/</p> <p>https://moz.com/beginners-guide-to-content-marketing/marketing-funnel</p> <p>https://neilpatel.com/blog/seo-for-conversion-funnel/</p> <p>https://searchengineland.com/how-to-use-the-marketing-funnel-for-seo-inbound-marketing-173663</p> <p>https://www.semrush.com/blog/marketing-funnel/</p> <p>2. Determinar os objetivos</p> <p>Capítulo 1.2: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p> <p>Capítulo 3: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>https://ahrefs.com/blog/seo-goals/</p> <p>https://www.spyfu.com/blog/seo-goals-to-target-this-year/</p> <p>https://moz.com/blog/the-6-goals-of-seo-choosing-the-right-ones-for-your-business</p> <p>3. Descrever a estratégia de SEO da concorrência</p> <p>Capítulo Investigação da concorrência: Fleischner, M. H. (2011). SEO simplificado: estratégias para dominar o maior motor de pesquisa do mundo (2.ª ed).</p> <p>Capítulo Determinação dos principais concorrentes: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 4: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>4. Desenvolver uma estratégia de palavras-chave</p> <p>Capítulo 12: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p> <p>Palavras-chave do capítulo: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p>

	<p>Atalho de pesquisa de palavras-chave do capítulo: Fleischner, M. H. (2011). SEO simplificado: estratégias para dominar o maior motor de pesquisa do mundo (2.ª ed.). Capítulo 5: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 3: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>Capítulo Escolha a palavra-chave correcta para o seu nicho: Williams, R. N. (2017). Noções básicas de SEO passo a passo (Nova ed.). Flame Tree Publishing.</p> <p>Capítulo Pesquisa de palavras-chave. O passo mais importante da SEO: Clarke, A. (2022). SEO 2022: Aprenda a otimização para motores de pesquisa com estratégias inteligentes de marketing na Internet. Simple Effectiveness LLC.</p>
Lista de avaliações e prazos de entrega	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS</p> <p>Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias) <p>Determinar os objetivos de SEO</p> <p>Determinar os seus concorrentes e as suas estratégias de SEO</p> <p>Desenvolver uma estratégia de palavras-chave para a organização</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico</p> <p>O que é que lhe causou mais dificuldades hoje e porquê?</p> <p>O que é que precisa de ser esclarecido?</p>
Preparação do instrutor	<p>Dividir a turma em grupos de 3 ou 4 elementos.</p> <p>Certifique-se de que os alunos trazem os seus computadores portáteis.</p> <p>Criar uma lista de sítios Web e fornecer essa lista aos alunos para diferentes tarefas.</p>

Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.4

Tópico: Estratégia de SEO - Estabelecer

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Construir uma auditoria SEO
2	Avaliar uma auditoria SEO

2. Conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	Auditar a estratégia de SEO
Ponte-In	Abra o tema perguntando aos alunos em que área a auditoria é frequentemente utilizada. Refira-se à área da contabilidade e explique por que razão a auditoria contabilística é importante e necessária nas empresas.
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO Referir-se à auditoria como sendo constituída por um conjunto de avaliações, sendo as principais:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sítio Web de auditoria ● Conteúdo principal ● Conteúdo suplementar ● YMYL e EEAT <p>ATIVIDADES Pergunte aos alunos se é possível categorizar as atividades da auditoria da estratégia de SEO em grupos.</p>
Leituras atribuídas	<p>Capítulo Auditoria de um site existente para identificar problemas de SEO: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte de SEO: dominando a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p> https://moz.com/learn/seo/crawl-site-audit https://moz.com/seo-audit-checklist https://www.semrush.com/siteaudit/ https://pt.semrush.com/blog/auditoria-seo/ https://ahrefs.com/pt/site-audit https://ahrefs.com/blog/seo-audit/ </p>

<p>Lista de avaliações e prazos de entrega</p>	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respectivo sítio Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias) <p>Elaborar uma auditoria SEO para o sítio Web</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico Se estivesse a escrever um questionário sobre o material de hoje, que duas perguntas acrescentaria? Descreva três coisas que aprendeu hoje, duas coisas sobre as quais precisa de esclarecimentos e uma coisa que achou interessante.</p>
<p>Preparação do instrutor</p>	<p>Dividir a turma em grupos de 3 ou 4 elementos. Certifique-se de que os alunos trazem os seus computadores portáteis.</p> <p>Criar uma lista de sítios Web e fornecer essa lista aos alunos para diferentes tarefas.</p>



Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.5

Tópico: Estratégia de SEO - Melhorar

**Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!**

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Desenvolver um plano de otimização de uma estratégia de SEO
2	Efetuar uma otimização SEO

2. Conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	1 - Otimizar o site 2 - Otimizar o conteúdo para uma estratégia de SEO 3 - Otimização técnica 3 - SEO local
Fazer a ponte	<p>Utilize uma analogia que remeta para a agricultura, perguntando aos alunos se é possível colher produtos de forma recorrente sem conhecimento e sem plantar, cuidar e recolher as colheitas. O agricultor corre o risco de chegar à colheita sem qualquer produto se um dos elementos fundamentais falhar. O agricultor corre o risco de perder toda a sua exploração se isto acontecer com demasiada frequência.</p> <p>O mesmo se aplica à SEO; se uma pessoa negligenciar uma área durante um período prolongado, corre o risco de ter uma diminuição na SERP. Se ignorarmos a SEO durante um longo período de tempo, a posição do sítio Web pode diminuir completamente.</p>
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO</p> <p>1. Otimizar o sítio Web A otimização de sítios Web em SEO refere-se ao processo de melhorar vários elementos de um sítio Web para aumentar a sua visibilidade e classificação nas páginas de resultados dos motores de pesquisa (SERPs). Inclui fatores como a otimização on-page, a otimização da experiência do utilizador, a informação sobre a arquitetura, etc.</p> <p>2. Otimizar o conteúdo para uma estratégia de SEO A otimização do conteúdo para SEO implica garantir que o conteúdo de um sítio Web é relevante, valioso e fácil de descobrir, tanto para os utilizadores como para os</p>

	<p>motores de pesquisa. A otimização do conteúdo requer a utilização de palavras-chave relevantes, a criação de conteúdo de alta qualidade, a utilização de etiquetas adequadas e a utilização de ligações internas e externas.</p> <p>3. Otimização técnica A SEO técnica refere-se à prática de otimizar os aspetos técnicos de um sítio Web para melhorar a sua visibilidade e classificação nos motores de pesquisa. Inclui uma vasta gama de práticas e táticas, tais como: rastreio, URLs, velocidade, telemóvel, https, sitemaps, ligações quebradas, etc.</p> <p>4. SEO local A SEO local é um tipo de otimização para motores de pesquisa (SEO) que se concentra em ajudar as empresas locais a obter uma classificação mais elevada nas páginas de resultados dos motores de pesquisa (SERPs) para palavras-chave e frases geograficamente relacionadas. O objetivo da SEO local é facilitar às pessoas de uma área geográfica específica a procura e o contacto com empresas locais.</p> <p>ATIVIDADES</p> <p>1. Otimizar o sítio Web Identifique meia dúzia das páginas mais importantes do sítio Web e proponha melhorias para as mesmas.</p> <p>2. Otimizar o conteúdo para uma estratégia de SEO Um exemplo de otimização de conteúdos para uma estratégia de SEO pode ser a realização de pesquisas de palavras-chave e a utilização dos resultados para atualizar e melhorar os conteúdos existentes no sítio Web.</p> <p>3. Otimização técnica Um exemplo de um exercício técnico de SEO pode ser a otimização da velocidade do sítio Web.</p>
<p>Leituras atribuídas</p>	<p>1. Otimizar o sítio Web Capítulo 6-12: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente. Capítulo 6: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY. Capítulo 14-16: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google. Estrutura do sítio Web do capítulo: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group. Secção 1: Fleischner, M. H. (2011). SEO simplificado: estratégias para dominar o maior motor de pesquisa do mundo (2.ª ed.).</p> <p>2. Otimizar o conteúdo para uma estratégia de SEO</p>

	<p>Capítulos 13, 14, 15, 23, 24, 26, 27 e 28: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>Capítulo 7: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 19: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p> <p>Conteúdo do capítulo SEO: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p> <p>Capítulo Marketing de conteúdo: Fleischner, M. H. (2011). SEO simplificado: estratégias para dominar o maior motor de pesquisa do mundo (2.ª ed.).</p> <p>https://moz.com/learn/seo/content-marketing https://www.semrush.com/academy/courses/content-marketing-seo-fundamentals-with-eric-enge/ https://ahrefs.com/blog/content-marketing/</p> <p>3. Otimização técnica</p> <p>Capítulo 6: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>https://moz.com/beginners-guide-to-seo/technical-seo https://moz.com/blog/category/technical-seo https://www.semrush.com/blog/learning-technical-seo/ https://ahrefs.com/blog/technical-seo/ https://ahrefs.com/blog/technical-seo-audit/</p> <p>4. SEO local</p> <p>Capítulo SEO móvel, local e vertical: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte de SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 21: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p> <p>Capítulo SEO local: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p> <p>https://moz.com/blog/category/local-seo https://moz.com/learn/seo/local https://www.semrush.com/local-seo/ https://www.semrush.com/blog/what-is-local-seo/ https://ahrefs.com/blog/local-seo/</p>
<p>Lista de avaliações e prazos de entrega</p>	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS</p> <p>Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias)

	<p>Reformular as páginas principais do ponto de vista da SEO; sugerir uma arquitetura da informação</p> <p>Redefinir o conteúdo das principais páginas do sítio Web no âmbito da abordagem SEO</p> <p>Fazer recomendações para melhorar as questões técnicas</p> <p>Renovar a estratégia digital, adaptando-a ao SEO local</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico</p> <p>Classifica a tua compreensão do tópico de hoje de 1 a 10.</p> <p>Se tivesse de estruturar a próxima aula, como é que seria o formato?</p>
Preparação do instrutor	<p>Dividir a turma em grupos de 3 ou 4 elementos.</p> <p>Certifique-se de que os alunos trazem os seus computadores portáteis.</p> <p>Criar uma lista de sítios Web e fornecer essa lista aos alunos para diferentes tarefas.</p>



Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.6

Tópico: Estratégia SEO - Ampliar

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Construir uma estratégia de criação de ligações para potenciar a SEO
2	Construir uma estratégia de redes sociais para potenciar a SEO

2. Conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	1 - Estratégia de Link Building 2 - Utilizar as redes sociais para amplificar a estratégia de SEO
Fazer a ponte	A metáfora mais fácil para o link building é a da popularidade: Na escola, os populares "miúdos fixos" têm mais probabilidades de se darem com outros miúdos fixos, mas como "miúdo menos fixe", pode ganhar alguma popularidade ao fazer amizade com um deles. As ligações funcionam de forma semelhante.
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO</p> <p>1. Estratégia de criação de ligações Link building é o processo de aquisição de hiperligações de outros sítios Web para o seu. Trata-se de uma parte importante da otimização para motores de pesquisa (SEO), porque os motores de pesquisa utilizam as hiperligações para descobrir novas páginas Web e para compreender a forma como as páginas estão relacionadas entre si e com o resto da Web. Uma estratégia de construção de ligações é um plano para adquirir ligações de outros sítios Web para o seu sítio Web.</p> <p>2. Utilizar as redes sociais para amplificar a estratégia de SEO As redes sociais podem ser uma ferramenta útil para ajudar a melhorar uma estratégia de SEO e aumentar a visibilidade de um sítio Web. As plataformas de redes sociais podem direcionar o tráfego para o seu sítio Web. As redes sociais podem ajudar a aumentar o conhecimento e a credibilidade da marca. As redes sociais podem ajudar a melhorar a experiência do utilizador do seu sítio Web. As redes sociais podem ajudar a gerar backlinks.</p> <p>ATIVIDADES</p> <p>1. Estratégia de criação de ligações</p>

	<p>Um exemplo de um exercício de construção de ligações seria perguntar aos alunos como contactar outros proprietários de sítios Web e pedir-lhes que estabeleçam ligações para o seu sítio Web</p> <p>Outro exemplo de um exercício de construção de ligações pode ser a criação e promoção de infografias ou outros tipos de conteúdo visual.</p> <p>2. Utilizar as redes sociais para amplificar a estratégia de SEO</p> <p>Um exemplo de utilização das redes sociais para amplificar uma estratégia de SEO pode ser a criação e promoção de um concurso nas redes sociais.</p>
Leituras atribuídas	<p>1. Estratégia de criação de ligações</p> <p>French, G., & Ward, E. (2020). Guia definitivo para link building: como construir autoridade no site, aumentar o tráfego e a classificação de pesquisa com backlinks (Segunda edição. ed.). Entrepreneur Press.</p> <p>Capítulo 19: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>Capítulo 18: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p> <p>Capítulo Link Building: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group.</p> <p>Capítulos sobre ligações: Fleischner, M. H. (2011). SEO simplificado: estratégias para dominar o maior motor de pesquisa do mundo (2.ª ed.).</p> <p>https://moz.com/beginners-guide-to-link-building</p> <p>https://www.semrush.com/blog/link-building-strategies/</p> <p>https://www.semrush.com/blog/link-building-strategies-professionals-choose/</p> <p>https://ahrefs.com/blog/link-building-strategies/</p> <p>2. Utilizar as redes sociais para amplificar a estratégia de SEO</p> <p>Capítulo 29: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente.</p> <p>Capítulo 8: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p> <p>Capítulo 20: Coombe, W. (2019). 3 Months to No. 1: The "no-nonsense" SEO Playbook for Getting Your Website Found on Google.</p> <p>Capítulo Meios de comunicação social: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. Grupo JM Internet</p> <p>https://moz.com/blog/category/social-media</p> <p>https://www.semrush.com/blog/social-media-seo/</p>

Lista de avaliações e prazos de entrega	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS</p> <p>Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias) <p>Desenvolver uma estratégia de criação de ligações</p> <p>Construir uma campanha de SEO nas redes sociais para amplificar a SEO</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico</p> <p>Classifica a tua compreensão do tópico de hoje de 1 a 10.</p> <p>Se tivesse de estruturar a próxima aula, como é que seria o formato?</p>
Preparação do instrutor	<p>Dividir a turma em grupos de 3 ou 4 elementos.</p> <p>Certifique-se de que os alunos trazem os seus computadores portáteis.</p> <p>Criar uma lista de sítios Web e fornecer essa lista aos alunos para diferentes tarefas.</p>



Teacher Instructions

Módulo: SEO

Unidade: 2.7

Tópico: Estratégia de SEO - Avaliar

Selecionar as melhores
práticas e
métodos de ensino!

1. Resultados de aprendizagem acionáveis

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM ACIONÁVEIS	
1	Avaliar o desempenho da estratégia de SEO

2. conteúdo do curso a ser ministrado na unidade

CONTEÚDO DO CURSO A SER MINISTRADO NA UNIDADE	
Tópicos	1 - Preparar os dados 2 - Métricas
Fazer a ponte	<p>Para mostrar a importância dos dados e as suas implicações para a tomada de decisões, utilize a recente pandemia de Covid-19 como analogia e compare-a com a pandemia de gripe espanhola do século passado. Outro exemplo é analisar o rescaldo da Segunda Guerra Mundial, utilizando o número de mortos por país. Mostre que as percepções e intuições conduzem por vezes a decisões erradas.</p>
Conteúdo do curso e atividades em sala de aula	<p>CONTEÚDO</p> <p>1. Preparar os dados A análise deve ser efetuada com base em dados que reflitam a realidade e o contexto da organização. Por conseguinte, a preparação dos dados para análise e subsequente elaboração de relatórios requer a limitação dos dados ao tráfego a analisar.</p> <p>2. Métrica As métricas podem ser uma ferramenta valiosa para avaliar o desempenho de uma estratégia de SEO. Podem fornecer uma forma quantitativa de medir o progresso e avaliar a eficácia de diferentes táticas.</p> <p>ATIVIDADES</p> <p>1. Preparar os dados Os alunos devem ser questionados sobre a exatidão dos dados fornecidos pelo sítio Web ou pela ferramenta de análise da plataforma. Os grupos devem investigar e identificar os fatores que podem distorcer a recolha de dados e, em última análise, resultar na apresentação de dados incorretos.</p> <p>2. Métrica</p>

	Depois de os alunos conhecerem as métricas associadas a uma estratégia de SEO, devem agrupar as métricas em categorias.
Leituras atribuídas	<p>1. Preparar os dados Capítulo 4: Tonkin, S., Whitmore, C., & Cutroni, J. (2010). Marketing de desempenho com o Google Analytics: Estratégias e técnicas para maximizar o ROI online. Wiley Pub, Inc. Capítulo 1: Porque é que compreender o tráfego da Web é importante para o seu negócio Clifton, B. (2012). Métricas avançadas da Web com o Google Analytics (3ª ed.). Wiley. Capítulo 1 e 2: Kaushik, A. (2007). Análise da Web uma hora por dia (1st edition ed.). Sybex.</p> <p>2. Métrica Capítulo 31: Davies, D., Tuxford, A., Cameron-Kitchen, T., & Morgan, S. (2021). Como chegar ao topo do Google em 2021: O guia de inglês simples para SEO. Publicado de forma independente. Métricas do capítulo: McDonald, J. (2022). Livro de exercícios de SEO 2022: sucesso da otimização para motores de pesquisa em sete passos. JM Internet Group. Capítulo 11: Enge, E., Spencer, S. M., & Stricchiola, J. (2015). A arte do SEO: dominar a otimização para motores de pesquisa (Terceira edição. ed.). O'REILLY.</p>
Lista de avaliações e prazos de entrega	<p>AVALIAÇÕES SUMATIVAS Para a lista seguinte, escolha uma organização e o respetivo sítio Web: - Loja online. - Presença online da marca. - Repositório de informações (por exemplo, notícias)</p> <p>Definir e avaliar as métricas de SEO para o sítio Web</p> <p>AVALIAÇÕES FORMATIVAS - Bilhete de saída do tópico Classifica a tua compreensão do tópico de hoje de 1 a 10. Se tivesse de estruturar a próxima aula, como é que seria o formato?</p>
Preparação do instrutor	<p>Dividir a turma em grupos de 3 ou 4 elementos. Certifique-se de que os alunos trazem os seus computadores portáteis.</p> <p>Criar uma lista de sítios Web e fornecer essa lista aos alunos para diferentes tarefas.</p>

Declaração de exoneração de responsabilidade

O material DEMS tem como objetivo melhorar as competências de marketing digital no ensino superior, compreendendo as necessidades essenciais nas organizações. Tem acesso a um vasto conjunto de diapositivos com atividades e trabalhos em sala de aula, bem como instruções de utilização detalhadas para o professor.

Nota: O material inclui conteúdos e números retirados da Internet, pelo que está sujeito a alterações. As fontes foram anunciadas de acordo com as regras de utilização justa. A responsabilidade do editor restringe-se ao material original armazenado em www.dems.pro. Todo o material é produzido para uso livre e cofinanciado pelo Erasmus +.

