

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Search Engine Optimisation

Área científica da UC / CU Scientific Area: Marketing e Publicidade / Marketing and Publicity

Semestre / Semester: 2º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final desta unidade curricular, os alunos deverão ser capazes de:

- Selecionar estratégias de SEO;
- Identificar e implementar ações de otimização em sites;
- Manipular ferramentas para otimização do SEO;
- Avaliar os resultados obtidos;
- Fazer a segmentação da comunicação.

Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

By the end of this curricular unit, the students should be able to:

- Select SEO strategies;
- Identify and implement website optimization actions;
- Handle tools for SEO optimization;
- Evaluate obtained results;
- Segment communication.

Conteúdos programáticos:

1. Introdução ao Search Engine Optimization

- 1.1. Conceitos gerais
- 1.2. Vantagens SEO
- 1.3. Palavras-chave
- 1.4. Definição de objetivos e metas por tipo de website
- 1.5. Landing pages

2. Práticas de Search Engine Optimization

- 2.1. Fatores de posicionamento

- 2.2. Técnicas de link building
- 2.3. Técnicas de otimização do conteúdo
- 2.4. Conceitos técnicos de otimização

3. Google PageRank

4. Métricas e indicadores de retorno

- 4.1. Processo de monitorização
- 4.2. Otimização contínua
- 4.3. Indicadores e métricas relevantes
- 4.4. Ferramentas

5. Segmentação da comunicação por mercado

- 5.1. Perceção de diferentes linguagens
- 5.2. Conhecimento sobre canais web marketing
- 5.3. Comunicação por nicho de mercado

6. Mitos de SEO

7. Black Hat SEO

8. Melhores práticas de configuração e otimização

Syllabus:

1. Introduction to Search Engine Optimization

- 1.1. General concepts
- 1.2. SEO advantages
- 1.3. Keywords
- 1.4. Definitions of goals and objectives by website type
- 1.5. Landing pages

2. Best practices of Search Engine Optimization

- 2.1. Ranking factors
- 2.2. Link building techniques
- 2.3. Content optimization techniques
- 2.4. Optimization technical concepts

Sem Validade
Administrativa

3. Google PageRank

4. Metrics and KPIs

- 4.1. Monitoring process
- 4.2. Continuous optimization
- 4.3. Relevant metrics and indicators
- 4.4. Tools

5. Markets segmentation and communication

- 5.1. Different languages perception on SEO
- 5.2. Knowledge of web marketing channels
- 5.3. Communication on niche markets

6. SEO myths

7. Black Hat SEO

8. Best practices on configuration and optimization

Sem Validade
Administrativa