English version at the end of this document

Ano Letivo	2022-23
Unidade Curricular	SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
Cursos	MARKETING DIGITAL
Unidade Orgânica	Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
Código da Unidade Curricular	19291008
Área Científica	CIÊNCIAS INFORMÁTICAS
Sigla	
Código CNAEF (3 dígitos)	481
Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)	4
Línguas de Aprendizagem	Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Cidália Maria Leal Paço

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Francesco Berrettini	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S2	12TP; 30PL	130	5

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Dotar o estudante com conhecimentos em *Search Engine Optimization* (SEO). O estudante deverá ser capaz de identificar e implementar ações de otimização em websites, com o objetivo de melhorar o seu posicionamento orgânico nos motores de busca.

Competências:

- Entender o funcionamento dos motores de busca;
- Pesquisar e selecionar as melhores palavras-chave;
- Perceber o posicionamento de uma Página Web no SEO e como utilizá-lo para dar a conhecer conteúdos, serviços ou produtos;
- Realizar uma auditória ao website em termos de SEO On-Page;
- Redigir conteúdo, títulos e descrições úteis para os utilizadores;
- Otimizar websites de acordo com as melhores práticas;
- Identificar e sugerir melhorias a um website numa vertente de SEO;
- Definir e implementar estratégias de Link Building e Link Baiting;
- Analisar dados de tráfego numa página de modo a melhorar e orientar ações de marketing a implementar.

Conteúdos programáticos

1. Introdução ao SEO

1.1 SEO e Marketing Digital

1.2 Como funciona um motor de busca.

1.3 O mercado dos motores de busca

2. Palavras-chave e contexto SEO

2.1 Como buscam os utilizadores

2.2 Definição de palavras-chave

2.3 Desenho/redesenho da Página Web

3. SEO e Técnicas On-Page: Técnicas dentro da Página Web

3.1 Indexabilidade

3.2 Redireccionamento

3.3 Web Performance Optimation

3.4 Domínio e URL

3.5 Acessibilidade e Standards Web

3.6 Usabilidade e experiência do usuário

3.7 Otimização de imagens e vídeos

3.8 Estruturas e características do texto

4. SEO e Técnicas Off-Page: Técnicas fora da PáginaWeb

4.1 Marketing de Conteúdos

4.2 Social Media Marketing

4.3 Link Building e Link Baiting

5. Web Analytics

5.1 O que é a Web Analytics

5.2 Métricas a ter em conta

5.3 Ferramentas de Web Analytics

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A unidade curricular apresenta-se sob a forma de aulas teórico-práticas. Admissão a exame de época normal: CAF>= 6 valores Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%)

- Avaliação da CAF: 60% - Teste; 40% - Trabalho prático de grupo.

- Dispensa de exame: CAF>= 12 valores - Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.

- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

Regulamento de Avaliação da UAlg, ponto 3 do art.º 6, a assiduidade é obrigatória, não podendo o aluno exceder o número limite de faltas, correspondente a 25% das horas de contacto totais.

Bibliografia principal

Clarke, A, (2019). SEO 2020 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies, Independently Published.

Enge E., Stricchiola J. C., Spencer S. (2015). The Art of SEO ¿ Mastering Search Engine Optimization, O'Reilly Media, 3.ª Edição.

Formaggio, E. (2010). SEO Otimização de Sites: Aplicando Técnicas de Otimização de Sites com Abordagem Prática. Brasport Editora

Jacobs N., Morgan A. (2019). SEO For Business 2019 & Blogging for Profit 2019, This is Charlotte.

Kent, P. (2018). Otimização Para Mecanismos De Busca Para Leigos, Alta Books.

Monteiro, R. (2007). Google Adwords - A Arte da Guerra, Editora Brasport ¿ Livros e Multimédia

Pain, G. (2019). Marketing Automation and Online Marketing, City Series.

Prabhu, A., Shenoy, A. (2018). Introdução ao SEO, Novatec Editora.

Varndell, D. (2015). Learn Search Engine Optimization: Beginners Guide to SEO, e-book

Woessner, S. (2009).The Small Business Owner's Handbook to Search Engine Optimization, Atlantic Publishing Compan

Academic Year	2022-23
Course unit	SEARCH ENGINE OPTIMIZATION
Courses	DIGITAL MARKETING
Faculty / School	SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM
Main Scientific Area	
Acronym	
CNAEF code (3 digits)	481
Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)	4
Language of instruction	Portuguese
Teaching/Learning modality	Classroom-based

Coordinating teacher Cidália Maria Leal Paço

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Francesco Berrettini	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	12	30	0	0	0	0	0	130

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not aplicable

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Provide the student with knowledge in Search Engine Optimization (SEO). The student should be able to identify and implement optimization actions on websites, with the aim of improving their organic positioning in search engines.

Competencies:

Understand the operation of search engines;
Research and select the best keywords;
Understand the positioning of a Web page in SEO and how to use it to publicize content, services or products;
Perform a website audit in terms of On-Page SEO;
Write content, titles and descriptions that are useful for users;
Optimize websites according to best practices;
Identify and suggest improvements to a website in terms of SEO;
Define and implement strategies for Link Building and Link Baiting;
Analyze traffic data on a page in order to improve and guide marketing actions to be implemented.

Syllabus

1 Introduction to SEO

1.1 SEO and Digital Marketing

1.2 How a search engine works

1.3 The search engine market

2. Keywords and SEO context

2.1 How users search

2.2 Keyword definition

2.3 Web page design/redesign

3. SEO and On-Page Techniques: Techniques within the Web Page

3.1 Indexability

3.2 Redirecting

3.3 Web Performance Optimation

3.4 Domain and URL

3.5 Accessibility and Web Standards

3.6 Usability and user experience

3.7 Image and video optimization

3.8 Text structures and characteristics

4. SEO and Off-Page Techniques: Off-page techniques

4.1 Content Marketing

4.2 Social Media Marketing

4.3 Link Building and Link Baiting

5. Web Analytics

5.1 What is Web Analytics

5.2 Metrics to take into account

5.3 Web Analytics Tools

Teaching methodologies (including evaluation)

Course Unit evaluation:

- Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%).

- The CA component comprises: 1st test, 60%; 2nd test, 40%.

- Students with a final CA grade of >=12 are exempt from the exam.

- Admission to the exam during the 'época normal' period: a final CA grade of >= 6 is needed.

- If favourable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.

- In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.

- The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

- UAlg Evaluation Regulation, n. 3, article 6, attendance is mandatory, and the student cannot exceed the maximum number of absences, corresponding to 25% of total contact hours.

Main Bibliography

Clarke, A, (2019). SEO 2020 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies, Independently Published.

Enge E., Stricchiola J. C., Spencer S. (2015). The Art of SEO ¿ Mastering Search Engine Optimization, O'Reilly Media, 3.ª Edição.

Formaggio, E. (2010). SEO Otimização de Sites: Aplicando Técnicas de Otimização de Sites com Abordagem Prática. Brasport Editora

Jacobs N., Morgan A. (2019). SEO For Business 2019 & Blogging for Profit 2019, This is Charlotte.

Kent, P. (2018). Otimização Para Mecanismos De Busca Para Leigos, Alta Books.

Monteiro, R. (2007). Google Adwords - A Arte da Guerra, Editora Brasport ¿ Livros e Multimédia

Pain, G. (2019). Marketing Automation and Online Marketing, City Series.

Prabhu, A., Shenoy, A. (2018). Introdução ao SEO, Novatec Editora.

Varndell, D. (2015). Learn Search Engine Optimization: Beginners Guide to SEO, e-book

Woessner, S. (2009).The Small Business Owner's Handbook to Search Engine Optimization, Atlantic Publishing Compan