



**O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL
ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO
SEO AS AN ACADEMIC TRAINING BASED ON A POSSIBLE WORK
PERFORMANCE DEVELOPED BY A QUALIFIED PROFESSIONAL**

SOUSA, Esdras Wagner de¹
FASSHEBER, Daniela Monteiro²

“Às vezes, quando você inova, você comete erros. É melhor admiti-los rapidamente e seguir em frente para melhorar suas outras inovações.”

(Steve Jobs)

RESUMO

Nesse trabalho falaremos sobre prática de SEO e suas estratégias, pensando o mesmo numa perspectiva didático-pedagógica com visão em formação profissionalizante, capacitando profissionais como mão de obra qualificada nesse seguimento de atuação profissional, pensando esse como uma possível formação acadêmica também cunhada numa possível atuação laboral desenvolvida por um profissional qualificado/certificado especificamente em SEO, usando-se às técnicas de SEO com a fluência necessária, reforçando a tese sobre os conceitos das ações digitais de SEO, os vários aspectos que formulam essas ações, a lógica utilizada na elaboração da Tática de SEO, que outrora servirá para outras ações de “Marketing Digital” voltado para “E-commerce”. O SEO destrinchado em “Mobile-Friendly”, “Marketing Digital”, Ranqueamento de Páginas, Tráfego Orgânico, Curso de SEO, “Webmaster” Avançado, Indexação de Páginas, “Mobile Friendly”, Funil de Vendas, Palavras-chave, “Link Building” e “E-commerce”, havendo assim uma aplicação efetiva da prática conteudista de SEO de maneira educativa no processo de ensino-aprendizagem (profissionalização) em SEO no uso do Buscador “top” “Google” na “Internet” e como isso se dá especificamente usando como ferramenta de trabalho

¹ Graduação Técnica em: Administração, IFES Campus Linhares, Espírito Santo; Informática Generalista, ARTH Informática, Itanhaém São Paulo. Graduação em Bacharelado em Serviço Social, UNIMES, Campus Santos, São Paulo. Pós-Graduado em Especialização em: Ciência Política, ISEIB, Timóteo, Minas Gerais; Ciência da Religião, FAVENI, Venda Nova do Imigrante, ES; Sociologia e Serviço Social, FASOUZA, Ipatinga, MG. Pós-Graduando em Especialização em Saúde Coletiva, FASOUZA, Ipatinga, MG. Consultor Educacional FASOUZA, Ipatinga, MG. E-mail: esdraswagnerdesousa.1981@hotmail.com.

² Graduada em: Administração, Contabilidade e Fisioterapia, UNILESTE, Coronel Fabriciano, MG. Especialista em: Fisioterapia Dermato Funcional, UGF, Rio de Janeiro, RJ; Saúde Pública com Ênfase em Saúde da Família, FUI, Ipatinga, MG e Gestão e Estratégia em EAD, SENAC, Jurubatuba, SP. Conteudista e Coordenadora Pedagógica FASOUZA, Ipatinga, MG. E-mail: coordenadorapedagogica@faculdefasouza.com.br.

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO
LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A):
SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

as buscas feitas dentro do “Motor de Busca Google” na “Internet”. Por fim que, estar a par das técnicas e dicas de outros “sites”, artigos, páginas, autores, livros, escritores, estudantes, outros profissionais de SEO ou de áreas afins que usam o SEO ou dele tem-se necessidade de ter conhecimento ou atuação, de forma estar-se sempre informados das novidades sobre SEO, técnicas novas e/ou versões melhoradas e ampliadas tecnologicamente.

Palavras-chave: Curso de SEO-Webmaster avançado. Indexação-Tráfego orgânico. Ranqueamento de páginas-Mobile friendly. Funil de vendas-Palavras-chave. Marketing digital-Link building-E-commerce.

ABSTRACT

In this work we will talk about SEO practice and its strategies, thinking about it from a didactic-pedagogical perspective with a view to professional training, training professionals as qualified labor in this segment of professional performance, thinking of this as a possible academic training also coined in a possible labor performance developed by a qualified / certified professional specifically in SEO, using SEO techniques with the necessary fluency, reinforcing the thesis on the concepts of digital SEO actions, the various aspects that formulate these actions, the logic used in the elaboration of the SEO Tactic, which will once serve for other "Digital Marketing" actions focused on "E-commerce". SEO broken down into "Mobile-Friendly", "Digital Marketing", Page Ranking, Organic Traffic, SEO Course, Advanced Webmaster, Page Indexing, "Mobile Friendly", Sales Funnel, Keywords, "Link Building" and "E-commerce", thus having an effective application of the content practice of SEO in an educational way in the teaching-learning process (professionalization) in SEO in the use of the "top" search engine "Google" on the "Internet" and how this is specifically used as The tool works the searches made within the "Google Search Engine" on the "Internet". Finally, to be aware of the techniques and tips of other websites, articles, pages, authors, books, writers, students, other SEO professionals or related areas that use SEO or it is necessary to have knowledge or action, in order to always be informed of the news about SEO, new techniques and/or technologically improved and expanded versions.

Keywords: Advanced SEO-Webmaster Course. Indexing-Organic traffic. Mobile-friendly page ranking. Sales Funnel-Keywords. Digital Marketing-Link building-E-commerce.

1. INTRODUÇÃO

Iniciando-se esse trabalho, antes de falar-se diretamente que, no seu objetivo proposto em seu resumo, no uso da pesquisa bibliográfica, realiza-se uma

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

comparação paralela entre o título do mesmo, bem como com as palavras-chave desse com a frase de Steve Jobs usada na epígrafe acima, onde ele fala que, “às vezes, quando você inova, você comete erros. É melhor admiti-los rapidamente e seguir em frente para melhorar suas outras inovações”, ou seja, ter coragem de reinventar, reutilizar, retrabalhar, reconstruir algo que fará a diferença na vida do consumidor.

Tão logo que, Steve Jobs revolucionou a tecnologia e não aparentava sinais de inteligência acima da média em 1973 com apenas 18 anos, nessa época abandonou a faculdade, elaborava projetos tecnológicos com seu amigo Steve Wozniak, a Apple ainda não era uma realidade, e ele precisava de renda financeira para manter-se, com essa mesma idade foi candidato a uma vaga de emprego e não se sabe se ele foi ou não contemplado com essa vaga, depois disso retirou-se para a Índia em busca de iluminação e paz espiritual, por sete meses ficou isolado nos mosteiros indianos e ao voltar para os Estados Unidos (EUA), deu início a projetos de placas de circuito para o Atari.

Todavia que, Jobs não se deu por vencido, antes de ser o CEO da Apple foi também funcionário da HP e colaborador no quadro de funcionários da Atari. Buscar por luz na Índia não necessariamente precisa-se ir à Índia, buscar-se ampliar o campo de visão em locais, pessoas, meios, ambientes que proporcionam paz, luz, equilíbrio, inovação, ideias novas, oportunidades, buscar-se por ambientes que não é familiar, costumes diferentes, permite-se expandir a mente dando espaço para novas possibilidades, assim é o SEO.

Trazendo-se isso para a realidade desse Artigo, o Objetivo geral é buscar-se ter um olhar crítico e clínico que aponte para fatores especiais sobre melhoras de investimentos em aplicação em SEO como uma ferramenta de “Marketing Digital” visando-se melhorar a constante Otimização de “Site” e acima de tudo respeitando o Profissional de SEO responsável por dar corpo a essa estrutura e mantê-la viva no ar no uso de recursos da “Internet”.

Nesse trabalho, falaremos então que, o objetivo específico é apontar sobre o que é a Prática de SEO e suas estratégias, SEO como formação acadêmica cunhada

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

numa possível atuação laboral desenvolvida por um profissional qualificado em SEO e sua reação com conceitos de SEO como os: “Marketing Digital”; “E-commerce”; “Mobile-Friendly”; Ranqueamento de Páginas, Tráfego Orgânico; Curso de SEO; “Webmaster” Avançado; Indexação de Páginas; “Mobile Friendly”; Funil de Vendas; Palavras-chave; “Link Building” e “E-commerce” bem como, conhecer-se as ferramentas, os “Softwares”, “Hardwares” e como esses articulam entre si, faz-se de extremo fundamental para o Projeto de SEO todo, saber gerenciar SEO, uma equipe, outro Profissional de SEO, até mesmo uma agência especializada em SEO, cobrar resultados faz parte da Tática de SEO e de quem atua na área como Analista de SEO.

2. DESENVOLVIMENTO

Pede-se permissão ao leitor para aqui informar isoladamente a entender resumidamente o SEO em relação ao Motor de Busca “Google” e sua função bem como isso interfere e envolve todos os outros dispositivos aqui falados, que fazem parte das ações de SEO, que contém as principais técnicas, táticas, formas e os meios para posicionar-se um “site” no topo das respostas dos resultados no Mecanismo de Busca como o “Google”, o maior atualmente no quesito busca, ensina-se de maneira prática essas técnicas, disponibiliza dicas de como se colocar um “site” num posicionamento de excelência nos resultados de respostas geradas no Buscador do “Google” mais uma vez como exemplo, sendo assim “revelar” os segredos do “Google” de como estar entre as páginas mais visitas e influenciadoras na “Internet”, essas técnicas que o “Google” ou qualquer outro grande Motor de Busca não revelam a ninguém de maneira gratuita e de forma alguma.

2.1. SEO

Sabe-se que, o SEO ou Otimização de “Sites” é um treinamento/técnica para pessoas que dominam a área de Informática, bem como Sistemas de Redes,

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

“Internet”, jornalismo, Publicidade e Propaganda, “Marketing”, promoções, ofertas, anúncios, Relações-públicas, Relações Internacionais Contabilidade, Direito, Economia, dentre outras áreas das Ciências Humanas e Sociais, em específico a área do conhecimento, a saber, a Comunicação Social, todos esses fazendo o uso das Tecnologias da Informação e acompanhando a evolução da mesma no intuito de elevar ou promover a imagem de uma pessoa, um grupo, uma instituição, uma empresa ou marca que disponibilizam seus serviços ou produtos física e virtualmente, usando a “Internet” como ferramenta de “Merchandising” (Técnica de Marketing focada em apresentar e repassar informações sobre produtos disponíveis em pontos de vendas físicos e virtuais) e dispositivos tecnológicos os quais dar-se o nome de TICs ou NTICs (Tecnologias da Informação e Comunicação ou Novas Tecnologias da Informação e Comunicação).

Informasse que, geralmente esse treinamento é disponibilizado e como técnica usada completamente por profissionais da área de divulgação digital na “Internet”, virtual, “On-line”, “Off-line”, “On-page”, off-page”, ou seja, criadores de “sites” e conteúdo ou Mídias Digitais para páginas na “Internet”, onde nesse curso também se fornece informações sobre gestão, gerenciamento, “Empreendedorismo Digital”, “Marketing Digital”, bases administrativas, planos de negócio para quem investe no mercado de consumo na “Internet” e precisa ter noção de Relação Humana, Relação Pessoal, Relação Interpessoal e Relação Intrapessoal” para saber quem é o seu Público-alvo, seu consumidor final, qual seu produto ou serviço, quem é a população ou nicho que quer-se levar a informação disponibilizada de uma marca na “Internet”, usando o famoso Funil de Vendas que peneira e seleciona os clientes em potencial com a marca em SEO.

Todavia que, o SEO também é a aplicação das técnicas de Otimização de Sites visando às ferramentas de Busca na “Internet” como, por exemplo, o “Google”, isso é necessário para “sites” que desejam o “Ranqueamento” (páginas em primeiro lugar nas pesquisas no navegador), conseguido posições de destaque, são essenciais na busca orgânica (anúncios não pagos) das páginas de respostas do “Google”, por exemplo, ou de outros grandes buscadores, motores, mecanismos ou

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

navegadores de busca de acordo com Com School, 2021:

O Google já é responsável por mais de um terço das origens de tráfego dos sites brasileiros. Cada vez mais as pessoas utilizam os buscadores para encontrar produtos e serviços. Mesmo que você não venda online, seu site deve ser facilmente encontrado. Capacitar os alunos a melhorarem o posicionamento de seus sites nos resultados do Google; demonstrar como funciona a lógica dos buscadores; identificar oportunidades para outros sites apontarem para o seu; ensinar técnicas para melhorar os textos do seu site (seja Google Friendly); mostrar como, onde e porque o código fonte deve ser alterado (você não precisa ter conhecimentos em programação (COM SCHOOL, 2021).

Logo que, o SEO é prático de maneira total, esse apresenta conceitos atualizados, técnicas de Otimização de “Sites” atualizadas para a obtenção de um “Ranqueamento”, resultados relevantes nos “Sites de Busca”, capacita o Profissional de SEO a atuar de imediato no planejamento, elaboração de “sites” que usam o SEO para estar na lista das páginas mais acessadas no “Google” ou em qualquer outro Motor de Busca, também leva o profissional a realizar aprimoramento de Técnicas de Search Engine Optimization, que traduzindo da língua inglesa para o idioma português Brasil ABNT2 é Otimização para Motores/Mecanismos de Busca melhorando campanhas de “Search Engine Marketing” (palavra-chave, termo, ativa a exibição de anúncio buscado num Motor de Busca ou presente num “site” da rede de conteúdo em que esse estiver previsto para ser veiculado na “Internet”), esse em específico falando na linguagem dos negócios “cibe virtuais” relativos à divulgação de “sites”, “blogs” e lojas virtuais, o famoso “E-commerce” e os mais atualizados conceitos sobre o mesmo trabalhados na Tática de SEO de acordo com Academia do Marketing, 2021:

O SEO tem como público-alvo profissionais e empresas que querem entender o funcionamento dos mecanismos de busca e que desejam dominar as técnicas para conquistar as melhores posições para sua marca, produtos ou serviços nas páginas de respostas dos grandes buscadores (ACADEMIA DO MARKETING, 2021).

Então que, dominar-se o SEO é outro objetivo dessa técnica de “Marketing Digital”, de maneira rápida e não menos clara, tendo-se como base necessárias,

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

todos os dispositivos de apoio a aprofundar-se nos estudos sobre SEO, aprimorando constantemente os conhecimentos sobre SEO e que cada vez mais se desenvolva novas técnicas de SEO aprovadas, com efeito, positivo, efetuando-se diferença no desenvolvimento de SEO responsivo e referencial na otimização de “sites” com qualidade e quantidade equivalentes, com excelência, capacidade e responsabilidade, no respeito a ética e seus princípios morais bem como o Marco Civil da “Internet” ou “Marco Digital” falando em Legislação Brasileira voltada a segurança no Ambiente Virtual da “Internet”, onde valores como direito e deveres estão em jogo e estão caminhando lado a lado com outros Códigos da Constituição da República Democrática Federativa do Brasil de 5 de outubro do ano de 1988 (Data da sua Promulgação).

Enfim que, a Técnica de SEO proporciona na prática a captação de mais visitantes para uma página na “Internet”, ele tende a atrair mais cliente quando praticado no objetivo da página, é uma probabilidade fantástica de imaginar encontrar-se entre os “sites” mais Ranqueados nos Mecanismos de Busca permitindo, que páginas na “Internet” apareçam em primeiros lugares nos resultados de buscas realizados no “Google”.

2.2. CURSO DE SEO

Toda via que, o Curso de SEO visa ensinar a realizar a Otimização de “Sites” voltada para os buscadores, porque o método obviamente se trata de um processo complexo para iniciantes em SEO que gostam de desafio, como correr risco, viver perigosamente, o Curso de SEO é uma aventura de um mundo a ser descoberto, uma terra a ser desbravada, solo fértil para quem garantirá uma fatia desse mercado, prestígio social, financeiro, acadêmico e profissional.

Reforçasse-que, o curso geralmente, destina-se também, a profissionais e estudantes Mercado Varejista, Cientistas Sociais, Filósofos, Sociólogos, Blogueiros, Ativistas Ambientais e Sociais, Influenciadores Digitais, Fotógrafos, Repórteres, dentre outros afins, logo abrange empresários e proprietários de agências de

“Marketing Digital”, Propaganda e Publicidade e bem como os profissionais de Relações Humanas, Relações Pessoais e Relações Interpessoais que promovem a imagem de determinada empresa, instituição ou pessoa (“Promoter”), em dias atuais as Relações Internacionais quando se trata de atingir um público virtual além das fronteiras reais e internacionalizar-se dentre outros afins, etc.

Então que, o Curso de SEO é voltado a estudantes em geral, profissionais ou pessoas que se identificam com a área de “Marketing”, Informática, Tecnologia da Informação, Comunicação Social, Programadores para “Web”, “Web designers”, “Webmaster” para “Web design”, esses são os criadores de página digital para “Internet” conforme orienta Zaccho, 2021:

Projetei esse curso de forma modular. Recomendo que todos, independente do nível, estudem todos os módulos pois foram pensados com bastante cuidado e as tarefas práticas ajudam a fixar/desenvolver os conceitos. De qualquer forma você pode pular um módulo indo diretamente para o módulo que você mais gostaria de aprender e voltar a um módulo anterior sem problemas (ZACCHO, 2021).

Tão logo que, o Curso deve-se estar alinhado a teoria com a prática, adequando-se a realidade do Comércio Digital e do proprietário do “site”, esse Curso deve-se ser feito nas Regras de SEO e do “Marketing Digital”, no contexto de Mercado Virtual, um Curso como o de SEO deve-se se programado conforme a necessidade de quem quer saber e quer aprender a fazer a Otimização de “Site” a partir de técnicas práticas das Estratégias de SEO.

Tendo em vista que, deve-se, haver uma aplicação prática do conteúdo didático do Curso de SEO, assim haverá uma fixação efetiva do processo de ensino-aprendizagem, considerando os conhecimentos adquiridos pelo aluno durante o período de Curso e concretizando esse método, realizando do aluno um Profissional de SEO por excelência e não dizer que o Curso deixou a desejar.

Explica-se que, usando-se como exemplo para o parágrafo acima, o “WordPress” (Sistema livre e aberto de gestão de conteúdo para internet, em PHP com banco de dados MySQL — Sistema de gerenciamento de banco de dados,

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

utiliza a linguagem SQL — Linguagem padrão para manipulação de registros em bancos de dados relacionais, traduzido para o português como Linguagem de Consulta Estruturada como interface, um dos sistemas de gerenciamento de bancos de dados mais populares da Oracle Corporation), executado em um servidor interpretador, voltado principalmente para a criação de páginas eletrônicas e “Blogs” “On-line”.

Entende-se que, pelo Curso de SEO como: as Pessoas Buscam, Entendendo os Buscadores, Sistemas de Classificação, Técnicas de Buscas Avançadas, Como Fazer um Plano de SEO, SEO para Tráfego, “Branding” e Venda, Funil de Vendas, Arquitetura de SEO para Novos “Sites” e para Sites Existentes, Analisar Concorrentes, “SWOT” para SEO, Como Selecionar Palavras-chave, Domínio, Subdomínio e Diretório, Otimização de URL, Migração de “Sites”, Idiomas e SEO, Construir Popularidade Através de Ações “Off-page”, SEO para Redes Sociais, Otimizar Buscas por Vídeos, Otimizar Buscas por Imagens, Otimizar Buscas por Notícias, Como medir o Resultado de SEO, Etapas: Produzir, Lançar, Medir e Refinar, Ferramentas para SEO, Como Gerenciar o Trabalho de Um Profissional ou Agência de SEO e Como Estudar SEO segundo Zaccho, 2021:

O que você aprenderá: Analisar as métricas de desempenho do projeto de SEO. Escolher as melhores palavras-chave. Verificar a concorrência e suas ações de SEO. Otimizar vídeos, redes sociais e conteúdo com foco em performance. Realizar migrações de sites sem perder relevância. Aprender SEO de uma forma interativa, com exemplos reais e com um professor dedicado para tirar qualquer dúvida. Uma alternativa para quem procura livro de SEO. Gerenciar um profissional ou uma agência de SEO. Otimizar em diversas plataformas. Exemplo: SEO para Wordpress (ZACCHO, 2021).

Importa-se que, projetar-se esse Curso para preparar o futuro profissional Analista de SEO a conhecer todas às áreas e ramos que este necessita estar familiarizado para desenvolver essa profissão no desenvolvimento de SEO e Otimização de “Site” como modalidade de educação tecnológica e profissional, tratada como campo específico do conhecimento nas Ciências, com características próprias e autonomia como área do saber, independentemente de qualquer nível de

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

educação, todos podem realizar um Curso de SEO, se estudarem todos os assuntos abrangidos no Curso, onde se ira pensado cuidadosamente, com bastante cautela, explanando-se todo conteúdo nas tarefas práticas, elaboração de atividades práticas, isso ajuda-se na fixação do processo de ensino-aprendizagem, desenvolver-se os conceitos atribuídos ao curso de SEO.

Logo que, objetiva-se que ao chegar-se ao final do Curso de SEO, o aluno da Escola de SEO deverá estar-se habilitado a gerenciar e executar projetos completos de SEO, aprender-se como gerenciar um Projeto de SEO, reconhecendo as oportunidades que esse proporciona: a existência de um leque que fará aumentar-se os resultados da aplicação de técnica de SEO, construir-se um projeto e executando-se as ações de SEO necessárias para aumentar-se o ROI (Retorno Sobre Investimento), conhecerem-se as ferramentas e “softwares” e como esses articulam entre si, faz-se de extremo fundamental para o projeto de SEO na totalidade e saber-se gerenciar SEO, uma equipe ou outro profissional de SEO, até mesmo uma agência especializada em SEO e cobrar resultados faz parte do Curso de SEO e de quem realizar esse curso e atuar como Analista de SEO.

Informa-se que, no referido Curso irá trabalhar-se com outros alunos de forma articulando a troca de informações, experiência, conhecimentos e saberes, para que juntos discentes e docentes identifiquem-se com o Curso e suas particularidades, assim assumindo esses desde o início do Curso a responsabilidade de gerenciar e traçar ações voltadas para projeto de SEO que tem foco em atuação em pessoas digitais para isso, curso de SEO utiliza-se de uma mistura de metodologia de curso, misturando-se teoria e prática, fortalecendo-se o aprendizado do aluno.

Importa-se que, os ingressantes num Curso de SEO, vejam-se as técnicas e dicas de outros “sites”, artigos, páginas, autores, livros, escritores, estudantes, outros profissionais de SEO ou de áreas afins que usam o SEO ou dele tem-se necessidade de ter conhecimento ou atuação, de forma estar-se sempre informados das novidades sobre SEO, técnicas novas ou versões melhoradas, buscare-se outro olhar clínico que aponte para fatores especiais que visam melhorar a constante

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

Otimização de “Site”.

Enfim que, quer-se dizer que o aluno de SEO mesmo após concluir o curso, sempre deverá estar atualizando-se em SEO, isso buscando notícias sobre novidades e dicas de SEO, tais com, aprender ferramentas de SEO, dentre essas as “Google Analytics”, “Google Search Console”, vincular-se campanhas de “Links” Patrocinados, a Projeto de SEO dentre outras ferramentas.

2.3. RANQUEAMENTO DE PÁGINAS

Saber-se o que é Ranqueamento de Páginas nos Mecanismos de Busca, usando como exemplo o “Google” por ser o Buscador que mais se destaca, o maior que se conhece dentre outros disponíveis na “Internet”, por ser um Motor de Busca cobiçado, desejado por dar ótimos resultados em repostas a buscas realizadas, logo é o mais requisitado, disputado, e exigente, então, um “site” que já produz conteúdos, precisa ser alimentado com informações atualizadas, de maneira a manter os usuários informados sobre as novidades disponibilizadas, certamente deseja Ranquear nas Maquinas de Busca na “Internet”, ou seja, quando um “site” é criado e publicado na “Internet”, o desejo vai além dessa ação, a intenção é que esse “site” seja encontrando nos mecanismos de busca pelo seu público-alvo, no caso usado como exemplo, o “Google”.

Então que, quando se quer ser o “site” mais alcançado em termos de acessos, cliques ou visitas, esse conteúdo foi-se preparado no intuito de sanar, com as dúvidas sobre o que é Ranqueamento e qual sua importância, eliminar possíveis dúvidas sobre Ranqueamento de “Sites” e criação de Conteúdos Digitais para “Internet”, elaborados principalmente no “Google”, que atualmente é o maior Mecanismo de Busca na “Internet”, segundo os especialistas em SEO e “Marketing Digital” relatando-se, pela Revista Sem Rush por Erich Casagrande, 2019:

A otimização de sites para mecanismos de pesquisa (SEO) irá determinar as posições em que qualquer site irá aparecer nos resultados busca como os do Google. Seja qual for o tipo do seu

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

negócio, uma consultoria de comunicação ou uma confeitaria, estar entre as melhores posições é uma maneira inteligente de melhorar a visibilidade online, atrair novos clientes, expandir seus negócios - e aumentar os lucros. E para chegar no topo do Google é interessante entender quais são os principais fatores de ranqueamento (CASAGRANDE, 2019).

Dentre que, todos os Mecanismos de Buscas na “Internet”, o “Google” é o Buscador mais utilizado pelos usuários, são poucos os Motores de Busca, com esse privilégio, isso efetua da Google, uma empresa que por questão de qualidade, leva a manter os padrões exigidos nos critérios do Algoritmo do seu Buscador, assim sendo, em constante atualização, sempre continuam sendo entregues em suas páginas os melhores conteúdos, sempre dando preferência como respostas os “sites” que melhor se enquadram nos seus critérios ou que se aproximam deles segundo especialistas, existem aproximadamente 200 critérios de fatores de ranqueamento do “Google” para manter-se na primeira página de resposta do “Google”, também conhecida como SERP, ou seja, “Search Engine Results Page” que se significa Página de Resultados do Mecanismo de Pesquisa onde lendo o autor Brian Dean para a Revista Back Linko, 2023 onde os fatores de acordo com suas afirmações são:

Essa é uma lista e tanto. Para resumir, aqui estão os fatores de classificação do Google mais importantes em 2023: Domínios de referência; Taxa de cliques orgânica; Autoridade de domínio; Usabilidade móvel; Tempo de permanência; Número total de backlinks; Qualidade do conteúdo; SEO na página. Agora gostaria de ouvir de você: Qual fator de classificação de SEO desta lista foi novo para você? Ou talvez eu tenha perdido alguma coisa (DEAN, 2023).

Tendo em vista que, a constante atualização do seu Algoritmo, causa essa, dificulta saber exatamente quais são todos os Critérios de Ranqueamento usados pelo “Google” para favorecer um “site”, contudo, muitos estudiosos especialistas da área do “Marketing Digital”, conseguira-se entender quais os principais critérios o “Google” adotam para o Ranqueamento de um “Site”, mas a frente pontuarem-se com exatidão quais são esses.

Ressaltasse que, se recebe um nome diferente cada atualização desse

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

“Algoritmo”, algumas a título de informação foram o “Pigeon”, “Penguin”, “Rankbrain”, “Hummingbird”, “Possum”, “Mobile Friendly”, Panda e a mais recente o “BERT”, focando essas em um aspecto específico da busca e Fatores de Ranqueamento e desmente-se que o GPS do “iPhone” não é um fator de ranqueamento do “Google”, o “site” na “Internet” desse estabelecimento deixa claro para o “Google” que fica em um determinado endereço, logo a localização física específica de um negócio divulgado na “Internet” é localizada pelo buscador do “Google”, isso é um fator, hipoteticamente talvez seja provável quais fatores de ranqueamento são os mais importantes do “Google”, não necessariamente em uma apresentada ordem definida pelo “Google”, Mas que, pode ser que seja por questão de coincidência colocou-se esses em determinada ordem para melhor compreensão, soube-se que para conquistar-se o top da Página de Busca do “Google” como fatores primordiais resumindo-se são eles segundo Volpato, 2020:

Fatores de Ranqueamento do Google Importantes. Page Authority/Pagerank. Autoridade do domínio. Relevância dos links. Conteúdo original e de qualidade. Tamanho do conteúdo. Palavra-chave no título (tag title). Palavra-chave no conteúdo. Tempo de permanência na página. Velocidade de carregamento da página. Design responsivo. Otimização de imagens. Recenticidade e atualização do conteúdo. Arquivos multimídia. Usabilidade. Certificado SSL. Marcadores (VOLPATO, 2020).

Entende-se que, a grande força do Buscador “Google”, são os fatores de ranqueamento, que determinam resultados melhores definidos para que cada pesquisa realizada nesse Buscador se tornasse uma experiência valiosa nas buscas realizadas pelo usuário, assim traçando-se as melhores Estratégias de SEO, após desvendado os fatores de Ranqueamento do “Google”.

Todavia que, um profissional de SEO, sem dúvida já se questionou quais são os Fatores de Ranqueamento do “Google”, certamente já se perguntou quais os critérios adotados por esses fatores, mais uma vez, a resposta a essa interrogação revela-se que precisasse realizar as Otimizações Assertivas de modo a alcançar as primeiras posições no “Google” ou em qualquer outro renomado Mecanismo de

Busca.

Informa-se que, porque método que um Algoritmo complexo é utilizado pelo “Google” classificando os “sites” numa ordem de relevância de busca para o usuário, segundo especialista no assunto, cerca de 200 fatores de ranqueamento compõe esse Algoritmo, quem ou como sabem que esses são analisados em questão de milissegundos por cada busca realizada, alguns fatores desse Algoritmo foram divulgados pela “Google”, já outros, foram comprovados em estudos realizados por especialista no assunto, mais precisamente do “Marketing Digital”, enquanto muitos outros tratam-se apenas de especulações, tendo em vista que, a “Google” não revelará todos os segredos de seu poderoso e complexo Algoritmo de Ranqueamento.

Buscar-se que, desvendar os principais fatores de Ranqueamento do “Google”, quais os fatores que de alguma forma podem ajudar a traçar as Estratégias de SEO onde segundo o autor Brian Dean para a Revista “Backlink”, 2023, os estudos realizados por profissionais de SEO, com as declarações do “Google”, deixam evidentes os principais Fatores de Ranqueamento usados pelo Algoritmo do “Google”, porém entender-se com precisão que não existe uma lista completa de 200 fatores de ranqueamento usados pelo algoritmo do “Google” definitivamente:

Você já deve saber que o Google usa mais de 200 fatores de classificação em seu algoritmo... Mas o que são eles, exatamente? Bem, você terá uma surpresa porque eu elaborei uma lista completa. Alguns são comprovados. Alguns são controversos. Outros são especulações de nerds de SEO. Mas eles estão todos aqui. E recentemente atualizei toda esta lista para 2023. Vamos mergulhar de cabeça. Fatores de Domínio. Fatores no nível da página. Fatores no nível do site. Fatores de backlink. Interação com o usuário. Regras especiais de algoritmo do Google. Sinais de marca. Fatores de spam na Web no site. Fatores de spam fora do site (DEAN, 2023).

Já que, os Fatores de Ranqueamento propriamente ditos, resumindo-se são considerados um Conjunto de Critérios, onde o Algoritmo do “Google”, considerando a decidir-se qual página ira-se ocupar as primeiras posições da Página do “Google”

e o resultado zero de uma pesquisa, ou seja, isso significa-se que o conteúdo é relevante, assim aumentando-se a visibilidade da página, dando a entender-se que isto é a melhor resposta para aquela dúvida, acarretando a perícia, autoridade e confiabilidade que se passa, logo o “Google” o maior Mecanismo de Busca usado no mundo, ou qualquer outro Mecanismo de Busca vem-se valorizando em muito essas três qualidades numa página na “Internet”.

A importância que, do Ranqueamento é que os Fatores dos Critérios de SEO do “Google” podem impactar o “site” positiva ou dependendo negativamente de como se foi elaborada a Estratégia de SEO, assim sendo, ira-se determinar as posições que o “site” aparecerá nos resultados de pesquisa como os dos “Google”, isso devido à Otimização de “Sites” para Mecanismos de Pesquisa (SEO).

Independente de que, qual seja a categoria de negócio, encontrar-se entre as melhores posições nas repostas da primeira página da Máquina de Busca é uma forma de estar de maneira inteligente melhorando-se a visibilidade “On-line” e ‘Off-line”, atraindo novos visitantes, possíveis clientes, encontrar-se com o Público-alvo, satisfazer seu perfil, fechando-se negócios, fidelizando-se sua marca e registrando-a assim, expandir-se os negócios virtuais aumentarem os lucros financeiros no capital do mercado monetário, importa-se para isso é interessante chegar ao topo do “Google”, entendendo-se quais são os principais Fatores de Ranqueamento e que esses aplicados devidamente possibilitará essa artimanha e estar-se promovendo a página e das informações disponibilizadas na mesma baseando-se em Prime Web, 2018:

O **ranqueamento de sites** no google ou em outro mecanismo de pesquisa é feito por uma análise de relevância das páginas anexadas. O **ranqueamento de sites** é importante para o sucesso de um empreendimento, pois quem estiver mais bem posicionado nesta lista de resultados, possui uma chance maior de receber novas visitas e conseqüentemente melhorar suas vendas e imagem. O **ranqueamento de sites** é determinado por um logaritmo complexo que considera inúmeros fatores e é constantemente atualizado para exibir o resultado mais relevante para o usuário. Para conquistar um bom **ranqueamento de sites** para seu negócio é fundamental contar com uma empresa especializada, que te ofereça confiabilidade, segurança e excelentes resultados (PRIME WEB, 2018).

Intencionar-se que, a listar uma série de fatores que se tem impacto no Ranque de um “site”, de modo exemplificar quais critérios são comprovados pelos os estudos de mercado (Pesquisa Mercadológica) com as declarações do “Google” disso já sabemos, e as experiências do autor desse Artigo fundamentando-se em outro autor e especialista sobre o assunto Gianluca Fiorelli, para a Revista Moz na Edição de 30 de setembro de 2014 onde ele afirma que:

Finalmente, em vez de procurar listas, **a melhor ideia que posso oferecer é experimentar você mesmo**. Crie um site, teste teorias, tente quebrar as regras para entender como o Google possivelmente está funcionando. E se você acha que não pode fazer isso sozinho, considere ingressar **no Laboratório IMEC** que Rand criou há alguns meses. Bons testes! (FIORELLI, 2014).

Então que, é nesse ponto que começasse a questionar-se quantas páginas encontram-se nesse Índice de Páginas, qual o posicionamento ela encontra-se, qual o momento ira-se pesquisar as palavras relativas à divulgação da página, em que instante o usuário irá buscar os termos que apontam para o referido “site” e será que esse será encontrado nas respostas do usuário de acordo com Target Host, 2018:

O ranqueamento, como bem explicado pelo próprio nome, é o ranking dos melhores sites, dependendo da pesquisa feita pelo usuário. Quanto melhor forem usadas as estratégias de otimização, mais bem posicionada a página estará para o Google. Estar em uma boa posição do ranking do Google é primordial para os sites por diferentes motivos. Os principais são: **Ser mais visto**: quando um site tem uma boa posição nas buscas, ele é mais visto pelos usuários. O que é extremamente vantajoso para todas as páginas online. **Mais chances de visita**: quanto mais visto um site for, maiores são as chances de novos usuários visitarem a página e acabarem descobrindo a marca ou empresa em questão. **Fácil de encontrar**: um outro benefício é que sites melhores ranqueados são bem fáceis de serem encontrados (TARGET HOST, 2018).

Logo que, realizado o processo de Indexação de “Site” e entendido o mesmo, entende-se que essa Página Indexada está inserida no Índice do Motor de Busca, no caso usar-se aqui, a saber, o “Google” que significa, pronta para ser exposta em público na “Internet”, usando estatísticas de especialista nesse assunto

a nesse momento um ranqueamento de 50% a 90% de Tráfego somando um total de visitas se observado no “Navegador Google” ao clicar o botão direito do mouse nas seguintes opções: Exibir Código Fonte da Página, Exibir Código Fonte do Frame e Inspeccionar Elemento Página ou Instalar o Alexa Rank, sistema de Ranqueamento global, classifica “Websites”, ordem de popularidade, calculado através da média diária visitantes, o número de visualizações de página de um “site” nos últimos três meses.

2.4. TRÁFEGO ORGÂNICO

Todavia que, fundada no ano de 1998, a “Google” é uma empresa que se cresceu a atender-se em todo mundo milhões de pessoas, oferecendo-se um perfeito Mecanismo de Busca, exatamente algo que entende o que se quer, retornando exatamente o que se deseja, a instituição cresceu e passou-se além da pesquisa a oferecer-se seus produtos, continuando-se visando tornar-se cada vez mais fácil terem-se as informações que as pessoas precisam ao realizar uma busca por algo em específico tendo em vista que através de algumas técnicas usadas na Otimização de Sites, atualmente pode aparecer-se na resposta da primeira página de busca do “Google”, exemplificando.

Desde que, a “Google” apareceu em cena pela primeira vez, a “web” evoluiu-se muito, permanecendo-se a infinita possibilidade da própria “Internet”, prova disso o posicionamento de “Marketing Digital” especializado com o uso de técnicas de Otimização de “Site” (SEO), conquistando-se um Ranqueamento de “Site” de maneira ótima, elaborando-se por uma equipe especializada, que se orienta em todos os processos envolvendo o desenvolvimento, criando-se um bom posicionamento do site em Buscadores na “Internet” baseando-se em Volpato, 2020:

Conheça alguns dos principais fatores de ranqueamento do Google e como eles influenciam nos resultados orgânicos do seu site. Fatores de ranqueamento são critérios que o Google leva em consideração para posicionar melhor organicamente um site na página de resultados para uma busca a uma determinada palavra-

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

chave. “SEO (search engine optimization ou otimização para mecanismos de busca) é o conjunto de ações e estratégias de Marketing Digital que têm como objetivo o aumento do tráfego e do desempenho de um site por meio de resultados orgânicos de mecanismos de pesquisa como Google, Bing e até YouTube.” Então, resumindo, fatores de ranqueamento são critérios que o Google leva em consideração para posicionar melhor organicamente um site na página de resultados para uma busca a uma determinada palavra-chave (VOLPATO, 2020).

Dar-se que, respostas a essas perguntas de usuários, mostrar-se o caminho a traçar pelas marcas usando-se Estratégias de Otimização de modo ganhar-se maior visibilidade, ou seja, Tráfego Orgânico nos primeiros lugares de busca do “Google” assim, quebrar-se a cabeça entendendo o funcionamento do “Algoritmo” do “Google”, suas principais atualizações e conquistar-se esse “Algoritmo” acompanhando, a saber, tudo sobre o mesmo, tendo-se em mente que esse é um conjunto de operações a definirem-se de forma os resultados de buscas e como esses serão apresentados ao usuário, explicando-se como começou tudo isso na “web”, um local nada hospitaleiro com alguns sites despercebidos e “Gifs” (“Graphics Interchange Format” ou Formato de Intercâmbio Gráfico), um formato de arquivo rasterizado projetado para imagens básicas que aparecem na ‘Internet’, suportar até 8 “bits’ por “píxel’ e conter 256 cores Indexadas sem qualidade em vista das atuais exigências feitas pelo Google para se manter no ar conforma própria “Google” afirma valendo-se de Manual do Usuário, 2023:

Agora, deus Google passou a exigir sacrifícios como condição para despejar sua bondade sobre sites caça-cliques. A lógica, segundo o comunicado interno, é de que excluir conteúdo antigo que não gera tráfego “envia um sinal ao Google que diz que a Cnet é atual, relevante e digna de ser posicionada acima dos nossos concorrentes nos resultados de pesquisa” (Manual do Usuário, 2023).

Frisa-se que, por exemplo, o “Google”, vem efetuando desses “sites” líderes de mercado, esse recurso de Tráfego Orgânico, faz também com que essas páginas estejam bem-posicionadas nos Resultados Orgânicos e outro atributo de SEO é diminuir os custos com aquisição de mídias pagas e melhorando assim o desempenho das taxas de conversão.

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

Inclusive que, esses quesitos aparecem nas Diretrizes de Qualidade do “Google” sendo pontos importantes e critérios esses a serem analisados em uma página, logo que a prática, pode-se exemplificar-se, a que nível conhecesse o tema contextualizado pelo Desenvolvedor de Conteúdo que assina esse texto, seria, por exemplo, o nível de confiabilidade, se essa página não apresenta risco ao usuário, se o conteúdo é nocivo ou inapropriado, e autoridade do “site”, ou seja, se conhece o teor do que essa página quer transmitir.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se finalmente nesse Artigo onde a conclusão é que nada é conclusivo definitivamente, tendo em vista que um mesmo tema pode gerar vários tipos de assuntos com novos temas e subtemas, é o caso do SEO com sua constante evolução e protagonistas nisso.

Soube-se que, o SEO com Palavras-chave estratégicas pode se ter um diferencial positivo no faturamento do Negócio Virtual, possuindo assim um “site” bem Ranqueado no “Google”, tendo-se a garantia que esse “site” está muito bem posicionado na primeira página de resposta do “Google”, onde importa-se conhecer, os principais Fatores de Ranqueamento utilizados pelo “Algoritmo” do “Google” e todas as Estratégias de SEO do tipo que garantir boa posição.

Conheceu-se que o próprio “Google” afirma usar mais de 200 fatores de Critérios de Ranqueamento definindo-se as páginas que ficam em melhor posição no ranque quando realizada uma pesquisa, sabendo-se que ao usar Dispositivos Móveis, hoje até a localização física influenciam em qual estabelecimento está na SERP do “Google”, e o que levou-se a esse determinado lugar, porque o SEO deve ser disponibilizado como forma de educação tecnológica-profissional.

Enfim que, deve-se honrar nas referências bibliográficas desse trabalho outros autores e suas obras, mesmo que só lidos e não citados, contribuíram na leitura para a elaboração desse Artigo e viabilizando-o a contribuir com a sociedade em usar dos construtos de “SEO” para lucrar na “Internet” e assim ter sucesso no

mercado digital e nos negócios virtuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Algoritmo do Google: entenda como funciona e saiba como ranquear em 2020. Para ranquear nas primeiras posições no maior buscador do mundo, é preciso antes entender como o algoritmo do Google funciona, suas atualizações, estratégias e muito mais. **Rock Content**, 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/algoritmo-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

ALVARENGA, Felipe. Apple e Jobs são destaques da revista Fortune. **Mac Magazine**, 06 de março de 2008. Disponível em: <<https://macmagazine.com.br/post/2008/03/06/apple-e-jobs-sao-destaques-da-revista-fortune/>>. Acesso em 17 set. 2023.

As grandes empresas já foram pequenas. Inspire-se na Microsoft. **Empresas Cooperativas**, 02 de junho de 2017. Disponível em: <<https://empresasecooperativas.com.br/inspire-se-na-microsoft/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CAMARGO, Gabriel. O que é Black Hat e como essa estratégia pode prejudicar seu site?. **Rock Content**, 11 de junho de 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/black-hat/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

CASAGRANDE, Erich. 15 fatores de SEO do Google que podem impactar seu site. **Semrush**, 29 de outubro de 2020. Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/fatores-ranqueamento-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Curso de SEO Online. Curso de SEO Grátis da SEO Master: A equipe SEO Master elaborou um detalhado curso de SEO gratuito para aprimorar seus conhecimentos e impulsionar seu site rumo aos primeiros resultados do Google. **SEO Master**, c2021. Disponível em: <<https://www.seomaster.com.br/curso-tutorial-seo-gratis.html>>. Acesso em 27 abr. 2021.

Curso de SEO Online - Otimização de Sites: Aprenda as técnicas de SEO - Otimização de Sites para Ferramentas de Busca, e destaque seu site nos primeiros lugares do Google. **Academia do Marketing**, c2021. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/curso-de-seo-online/>>. Acesso em 27 abr. 2021.

Curso de SEO na Prática - Curso de SEO. COMSCHOOL apud. ONSEOSP. **Com School**, c2021. Disponível em: <<https://www.comschool.com.br/curso-de-seo>>.

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

Acesso em 27 de abr. de 2021.

DEAN, Brian. Os 200 fatores de classificação do Google: a lista completa 2013. **Back Linko**, 30 de agosto de 2013. Disponível em: <<https://backlinko.com/google-ranking-factors>>. Acesso em 30 abr. 2021.

DEAN, Brian. Os 200 fatores de classificação do Google: a lista completa 2023. **Back Linko**, Atualizado em 22 de setembro de 2023. Disponível em: <<https://backlinko.com/google-ranking-factors>>. Acesso em 30 set. 2023.

Deus Google agora exige sacrifícios “em nome do SEO”. **Manual do Usuário**, 14 de agosto de 2023. Disponível em: <<https://manualdousuario.net/seo-cnet-excluir-posts-antigos/>>. Acesso em 30 out. 2023.

Dicas de Marketing Digital. Qual a diferença entre ranquear e indexar no Google?: Entenda! **RGB**, c2006-2021. Disponível em: <<https://www.rgb.com.br/qual-a-diferenca-entre-ranquear-e-indexar-no-google-entenda>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Entenda como os algoritmos do Google atuam no SEO. **Search Lab**, c2019. Disponível em: <<https://searchlab.com.br/algoritmos-do-google/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

Entenda o que é algoritmo e ranqueamento. **Target Host**, 29 de novembro de 2018. Disponível em: <<https://www.targethost.com.br/entenda-o-que-e-algoritmo-e-ranqueamento/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

Escola E-commerce e Marketing Digital. SEO - Planejamento e Prática: Curso SEO - Planejamento e Prática. **Impacta**, c2021. Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/curso/SEO-Planejamento-e-Pratica.php>>. Acesso em 27 abr. 2021.

FIORELLI, Gianluca. O mito dos 200 fatores de classificação do Google. SEO Avançado; Mecanismos de busca e Noções básicas de SEO. As opiniões do autor são inteiramente próprias (excluindo o evento improvável da hipnose) e podem nem sempre refletir as opiniões de Moz. **Moz**, 30 de setembro de 2014. Disponível em: <<https://moz.com/blog/the-myth-of-googles-200-ranking-factors>>. Acesso em 30 set. 2023.

Foco é dizer não. Steve Jobs. Jundiaí, 28 de maio de 2020. Facebook: **Cake Comunicação Digital**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/CakeComunicacao/videos/542423426453069/>>. Acesso em 17 set. 2023.

HONORATO, Gustavo. Por que os consumidores preferem a busca orgânica? **Seo Master**, 19 de junho de 2018. Disponível em:

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

<<https://www.seomaster.com.br/blog/por-que-os-consumidores-preferem-a-busca-organica>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MORGUETTI, Eduardo. Saiba como o marketing de conteúdo pode ajudar no ranqueamento do site no Google. **Kryzalis**, 27 de agosto de 2019. Venda pela Internet. Disponível em: <<https://www.kryzalis.com.br/blog/ranqueamento-do-site-no-google>>. Acesso em 17 abr. 2021.

MOUSINHO, André. Conheça os 172 principais fatores de ranqueamento do Google em 2021. **Rock Content**, 21 de maio de 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/fatores-de-ranqueamento-do-google/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

O que é algoritmo e como ele funciona?. **Tallos**, 04 de março de 2022. Disponível em: <<https://tallos.com.br/blog/o-que-e-algoritmo-e-como-ele-funciona/>>. Acesso em 30 set. 2023.

O que é SEO e como ele pode ajudar a sua empresa. **Digital Land**, 04 de abril de 2017. Disponível em: <<https://digitalland.com.br/blog/o-que-e-seo-e-como-ele-pode-ajudar-a-sua-empresa/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

O que Steve Jobs pode te ensinar sobre como fazer um bom currículo? **Pink Fire**, 04 de abril de 2023. Disponível em: <<https://pinkfire.com.br/como-fazer-um-bom-curriculo/>>. Acesso em 17 set. 2023.

PEREIRA, Fabiana Andrade; KRZYZANOWSKI, Rosaly Favero, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PARA BIBLIOTECAS VIRTUAIS: ESTUDO DE CASO DA BV FAPESP. **Research Gate**, São Paulo, 26 de setembro de 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/figure/Figura-3-Principais-caracteristicas-do-Search-Engine-Optimization-SEO_fig2_331594987>. Acesso em 17 abr. 2021.

PEREIRA, Marcelha. SAIBA COMO POTENCIALIZAR O SEU RANQUEAMENTO ORGÂNICO. **Carratu**, 29 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://blog.carratu.com.br/como-potencializar-ranqueamento/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Planejamento e Prática: Módulo Único. **Impacta**, c2021. Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/curso/SEO-Planejamento-e-Pratica.php>>. Acesso em 17 abr. 2021.

RANGEL, Rafael. Quatro principais características do Marketing moderno. **Agência R8**, 22 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.agenciar8.com.br/4-principais-caracteristicas-do-marketing-moderno/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

Ranqueamento de Sites: Como funciona o ranqueamento de sites? **Prime Web**, 20

O SEO COMO FORMAÇÃO ACADÊMICA CUNHADA NUMA POSSÍVEL ATUAÇÃO LABORAL DESENVOLVIDA POR UM PROFISSIONAL QUALIFICADO. AUTOR(A): SOUSA, ESDRAS WAGNER DE. COAUTOR: FASSHEBER, DANIELA MONTEIRO.

de dezembro de 2018. Disponível em: <<https://www.agenciaprimeweb.com.br/ranqueamento-de-sites/>>. Acesso em 27 abr. 2021.

TUCUNDUVA, Rodrigo. Vantagens do SEO: sete razões para você investir imediatamente. **LAHAR**, c2021. Disponível em: <<https://blog.lahar.com.br/seo/vantagens-do-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

TURCATO, AUGUSTO. Steve Jobs, marketing e vendas: o que ele nos ensinou sobre isso tudo? **Pipe Run**, c2022. Disponível em: <<https://crmpiperun.com/blog/steve-jobs/>>. Acesso em 17 set. 2023.

VALLE, Alberto. Analista de SEO – Quem é esse profissional e o que ele faz. **Academia do Marketing**, 16 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.academiadomarketing.com.br/analista-de-seo/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

VOLPATO, Bruno apud. Google. Fatores de ranqueamento do Google que você precisa conhecer: Conheça alguns dos principais fatores de ranqueamento do Google e como eles influenciam nos resultados orgânicos do seu site. **Resultados Digitais**, 04 de março de 2020. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/fatores-rankeamento-google/>>. Acesso em 27 de abr. de 2021.

ZACHO, Ricardo. Curso de SEO Completo – Do básico ao avançado. Otimização de mecanismos de busca (SEO). **Udemy**, abril de 2021. Disponível em: <<https://www.udemy.com/course/curso-de-seo-completo-do-basico-ao-avancado/>>. Acesso em 17 abr. 2021.

ZACHO, Ricardo. Curso de SEO Completo – Do básico ao avançado. Otimização de mecanismos de busca (SEO). **Udemy**, Atualizado em abril de 2021. Disponível em: <<https://www.udemy.com/course/curso-de-seo-completo-do-basico-ao-avancado/>>. Acesso em 30 set. 2023.