PARCERIA INSTITUCIONAL

UniEVANGÉLICA
UNIVERSIDADE EVANGÉLICA DE GOIÁS
ASSOCIAÇÃO EDUCATIVA EVANGÉLICA

mosaico
CURSOS LIVRES | UniEVANGÉLICA

REDE tela

Universidade Evangélica de Goiás · Coordenação de Cursos Livres · Portal Mosaico

DOSSIÊ ACADÊMICO

SEO na Prática: Como Ser Encontrado no Google

Microcurso 14 de 14 · 13 horas · Modalidade a distância

Ementa · Plano de ensino · Ficha docente · Matriz de competências · Guia do estudante · Verso do certificado

REDE TELA EDUCAÇÃO · UniEVANGÉLICA
Universidade Evangélica de Goiás — Cursos Livres

Agosto de 2026

1 Identificação

Campo	Descrição
Denominação	SEO na Prática: Como Ser Encontrado no Google
Denominação no percurso integrado	14. Encontrado no Google (Introdução ao SEO)
Código sugerido	EMP_PROP_M14
Natureza	Curso livre — microcurso autônomo
Modalidade	A distância, autoinstrucional, integralmente assíncrono
Carga horária	13 horas
Videoaulas	11 aulas · 2h13 de conteúdo audiovisual
Docente	André Mousinho
Avaliação	Questionário ao término do curso, uma tentativa
Certificação	Certificado de 13 horas, com conteúdo programático no verso
Pré-requisitos	Não há
Vínculo	Integra o curso Empreendedorismo com Propósito (150h), do qual pode ser cursado de forma autônoma

2 Justificativa

Aparecer na primeira página do Google deixou de ser vantagem competitiva e passou a ser condição de existência para a maior parte dos negócios. Este curso ensina o caminho completo, da pesquisa de palavras-chave à construção de autoridade por backlinks, com o nível de detalhe de quem foi responsável pela estratégia de otimização do blog de marketing digital de maior audiência da América Latina.

3 Público-alvo

Empreendedores, profissionais de marketing, produtores de conteúdo e responsáveis por sites e blogs institucionais.

4 Ementa

Otimização para motores de busca como conjunto de técnicas de posicionamento orgânico; funcionamento dos buscadores em rastreamento, indexação e ranqueamento; fatores de ranqueamento internos e externos à página; definição de objetivos de uma estratégia de otimização; persona e mapeamento de dores; palavras-chave, volume de busca e ferramentas de pesquisa; intenções de busca navegacional, informacional, transacional e local; palavras-chave de cabeça e de cauda longa; funil de vendas e tráfego qualificado; intenção do usuário como fator central de ranqueamento; análise dos primeiros resultados e composição de conteúdo superior; título, cabeçalhos e descrição; taxa de cliques; escaneabilidade e estruturação do texto; uso natural da palavra-chave e campo semântico; otimização de endereços eletrônicos; otimização de imagens, compressão, nomeação e texto alternativo; acessibilidade

por leitores de tela; estratégia de conteúdos satélites e agrupamentos temáticos; construção de autoridade temática; trechos em destaque e sua conquista; linkagem interna, distribuição de autoridade e texto âncora; links externos e credibilidade; construção de backlinks, autoridade de domínio e publicação como convidado; menção de marca, alertas e busca reversa de imagens; divulgação em redes sociais e mobilização de colaboradores.

5 Objetivos

5.1 Objetivo geral

Capacitar o estudante a planejar e executar uma estratégia de otimização para motores de busca capaz de posicionar organicamente o site do próprio empreendimento nas primeiras posições.

5.2 Objetivos específicos

- Explicar o funcionamento dos motores de busca nas etapas de rastreamento, indexação e ranqueamento.
- Selecionar palavras-chave adequadas a objetivos, persona e etapa do funil.
- Produzir conteúdo otimizado que responda à intenção do usuário, com estrutura escaneável.
- Otimizar os elementos técnicos de uma página — endereço, imagens, texto alternativo e hierarquia de cabeçalhos.
- Implementar estratégias de autoridade temática por conteúdos satélites e linkagem interna.
- Planejar uma estratégia de construção de backlinks e de divulgação segmentada.

6 Conteúdo programático

- Unidade I — Fundamentos de otimização e funcionamento dos buscadores
- Unidade II — Planejamento da estratégia e pesquisa de palavras-chave
- Unidade III — Intenção do usuário e concepção do conteúdo
- Unidade IV — Otimização técnica de página
- Unidade V — Autoridade temática e trechos em destaque
- Unidade VI — Arquitetura de links internos e externos
- Unidade VII — Construção de backlinks e divulgação
- Unidade VIII — Estudo de caso aplicado

7 Competências e habilidades

Ao concluir este curso, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Auditar um site e diagnosticar sua situação de rastreabilidade, indexação e posicionamento.
- Construir um plano de pauta a partir de pesquisa de palavras-chave, intenção de busca e etapa do funil.
- Redigir e estruturar conteúdo otimizado capaz de disputar as primeiras posições e o trecho em destaque.
- Desenhar uma arquitetura de links internos que distribua autoridade e conduza o leitor até o produto.

- Executar uma estratégia de construção de backlinks avaliando autoridade e pertinência dos domínios.

8 Matriz de competências

Competência declarada
o que o estudante passa a saber fazer
→
Unidades de conteúdo
onde a competência é desenvolvida
→
Instrumento de verificação
como a competência é aferida

O quadro abaixo rastreia cada competência declarada até as unidades de conteúdo que a desenvolvem e o instrumento que a verifica.

Cód.	Competência	Conteúdo	Verificação
CE1	Auditar um site e diagnosticar sua situação de rastreabilidade, indexação e posicionamento.	Unidades I, II	Questionário
CE2	Construir um plano de pauta a partir de pesquisa de palavras-chave, intenção de busca e etapa do funil.	Unidades II, III	Questionário
CE3	Redigir e estruturar conteúdo otimizado capaz de disputar as primeiras posições e o trecho em destaque.	Unidades IV, V	Questionário
CE4	Desenhar uma arquitetura de links internos que distribua autoridade e conduza o leitor até o produto.	Unidades V, VI	Questionário
CE5	Executar uma estratégia de construção de backlinks avaliando autoridade e pertinência dos domínios.	Unidades VII, VIII	Questionário

9 Metodologia

O curso é autoinstrucional e assíncrono, composto por 11 videoaulas que somam 2h13 de conteúdo audiovisual, acompanhadas de material de referência e de atividades de transposição ao contexto do estudante. Não há aulas em horário determinado, encontros obrigatórios nem tutoria síncrona.

Recomenda-se ao estudante manter um registro de aprendizagem ao longo do percurso, com três campos por unidade: o que aprendeu, o que isso muda em seu contexto e o que fará a respeito. Esse registro é o produto integrador do curso.

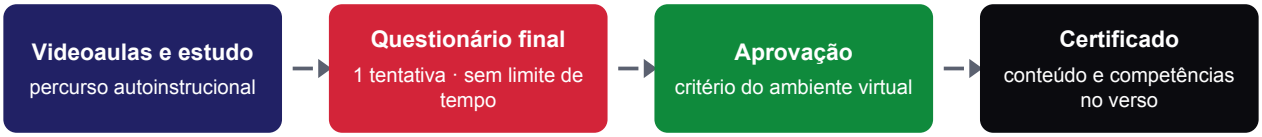
10 Composição da carga horária



Componente	Proporção	Horas	Natureza
Videoaulas	1,0 ×	2h13	Tempo efetivo de exibição
Estudo dirigido do material de referência	1,5 ×	3h19	Leitura dos textos indicados
Atividades de aplicação	2,5 ×	5h32	Transposição ao contexto do estudante
Avaliação e registro de aprendizagem	0,85 ×	1h53	Questionário e sistematização
Total	—	**13h00**	**Carga horária declarada**

A proporção adotada é a mesma do curso integrado Empreendedorismo com Propósito, de modo que a soma das cargas dos catorze microcursos corresponde exatamente às 150 horas do percurso completo. Isso preserva a equivalência entre cursar a disciplina isoladamente e cursá-la dentro do percurso.

11 Avaliação e certificação



O curso é avaliado por questionário disponibilizado ao seu término, configurado com uma tentativa e sem limite de tempo. Aplica-se o percentual mínimo de aprovação definido pela UniEVANGÉLICA para seus cursos livres, com possibilidade de nova tentativa mediante liberação da coordenação.

Ao ser aprovado, o estudante recebe certificado de 13 horas, emitido pelo ambiente virtual, com o conteúdo programático e as competências desenvolvidas impressos no verso. O certificado é de curso livre e não confere grau acadêmico.

12 Corpo docente

André Mousinho

Campo	Descrição
Titulação	Titulação *stricto sensu* não localizada em fonte pública
Formação	Bacharelado em Publicidade e Propaganda (PUC Minas); Bacharelado em Teologia (Faculdade Teológica Sul Americana)
Vínculo institucional	Sócio e diretor de SEO da Netlinks; editor do blog Crer e Pensar

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUC Minas e em Teologia pela Faculdade Teológica Sul Americana. Atua há mais de doze anos em otimização para mecanismos de busca e marketing digital, tendo sido responsável, na Rock Content, pela estratégia de otimização do blog corporativo de maior audiência em marketing digital da América Latina e, posteriormente, pela gestão de SEO de quatro marcas de grupo de tecnologia. É sócio e diretor de SEO da Netlinks, empresa de marketing de resposta sediada em Belo Horizonte, e edita o blog Crer e Pensar, publicação da Igreja Luzeiro.

Observação: O material de divulgação o vincula à Rock Content; o vínculo é anterior a 2021. A descrição correta é ex-especialista em SEO da Rock Content.

13 Referências

- ENGE, Eric et al. The art of SEO.
- PATEL, Neil. Publicações e ferramentas de análise de busca (citadas em aula).
- GOOGLE. Guia de introdução à otimização para mecanismos de busca (Search Central).
- ROCK CONTENT. Materiais de marketing de conteúdo (citados em aula).

14 Acessibilidade

As 11 videoaulas deste curso contam com legenda em português, disponível nos formatos SRT e VTT, produzida a partir da transcrição integral do conteúdo. A oferta de janela de interpretação em Libras está prevista como evolução, a ser dimensionada em projeto específico.

15 Guia do estudante

Você vai percorrer 11 videoaulas, 2h13 de conteúdo, distribuídos em 8 unidades. Este é um curso autoinstrucional: não há turma, não há horário e não há tutor esperando sua pergunta. O ritmo é seu, e é justamente isso que exige método.

Como estudar

1. Reserve blocos curtos e frequentes. Três sessões de quarenta minutos ao longo da semana rendem mais que uma maratona no fim de semana.
2. Assista com o seu contexto na cabeça, não com o caderno na mão. A pergunta útil não é “o que ele disse?”, e sim “o que isso muda no que eu faço?”.
3. Mantenha o registro de aprendizagem descrito na Seção 9. Ao final, você terá decisões tomadas, e não apenas anotações.
4. Faça o questionário depois de concluir todas as unidades — ele está configurado com uma única tentativa.

O que você leva ao final

Auditar um site e diagnosticar sua situação de rastreabilidade, indexação e posicionamento.

Sobre o material de referência

O material indicado na Seção 13 não é decorativo: parte relevante da carga horária corresponde à leitura dele, e há pontos em que o texto complementa o que a videoaula apenas menciona.

16 Texto sugerido para o verso do certificado

Verso do certificado

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

I. Fundamentos de otimização e funcionamento dos buscadores; II. Planejamento da estratégia e pesquisa de palavras-chave; III. Intenção do usuário e concepção do conteúdo; IV. Otimização técnica de página; V. Autoridade temática e trechos em destaque; VI. Arquitetura de links internos e externos; VII. Construção de backlinks e divulgação; VIII. Estudo de caso aplicado.

COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS

Auditar um site e diagnosticar sua situação de rastreabilidade, indexação e posicionamento. Construir um plano de pauta a partir de pesquisa de palavras-chave, intenção de busca e etapa do funil. Redigir e estruturar conteúdo otimizado capaz de disputar as primeiras posições e o trecho em destaque. Desenhar uma arquitetura de links internos que distribua autoridade e conduza o leitor até o produto. Executar uma estratégia de construção de backlinks avaliando autoridade e pertinência dos domínios.

Docente: André Mousinho. Carga horária de 13 horas, composta por videoaula, estudo dirigido, atividades de aplicação e avaliação. Curso livre na modalidade a distância, em regime autoinstrucional. Não confere grau acadêmico. Este curso integra o programa Empreendedorismo com Propósito, de 150 horas.