

Especialista em SEO Semântico Online | Certificação UTN | Aprender2

Programa de Estudo

Duração: 12 Meses

Unidade 1: Como Funciona o Google

Que problema o Google resolve (recuperação de informação, relevância, intenção). Crawling, indexação e renderização (site:domínio, URLs lixo). Anatomia de uma SERP (featured snippet, PAA, intenção dominante).

Unidade 2: Fundamentos On-Page

Estrutura básica de uma página (title, H1, H2, URL, meta description). Intenção de busca real (informacional, comercial, navegacional, transacional).

Unidade 3: Fundamentos Técnicos + Link Building

Indexação e controle (noindex, canonical, robots.txt, sitemap). Autoridade, backlinks e link building (PageRank, anchor text, autoridade temática, estratégias seguras). Fundamentos de medição: KPIs SEO (GSC/GA4: impressões, cliques, CTR, posição, leads, revenue, conversão).

Unidade 4: Diagnóstico + Métricas

Mini auditoria SEO completa (entregável: auditoria de 5-10 páginas). Linha de base e painel de KPIs (definir objetivos, métricas, periodicidade, modelo de relatório).

Unidade 5: Quebrando o SEO de Keywords

O que é busca léxica (correspondência de termos, exact match, densidade). O que é busca semântica (contexto, relação entre conceitos, similaridade).

Unidade 6: Intenção de Busca Avançada

Tipos reais de intenção (informacional, comercial comparativa/investigativa, transacional, local, problema-solução). Como detectar a intenção dominante na SERP (top 10, formato vencedor, profundidade).

Unidade 7: Entidades e Padrões Naturais

O que é uma entidade em SEO (pessoa, lugar, produto, serviço, conceito + atributos). Clusters naturais vs. clusters forçados (agrupar por entidade vs. por keyword tool).

Unidade 8: Primeiro Mapa de Queries

De lista caótica a sistema (entidade, intenção, atributos, lacunas). Entregável: mapa de 50-100 queries classificadas por intenção, entidade e tipo de página.

Unidade 9: O que é realmente a Autoridade Temática

Topical Authority (amplitude, profundidade, consistência temporal). Entidade principal e fronteiras contextuais (o que NÃO pertence ao mapa).

Unidade 10: Anatomia de um Topical Map

Core Section vs. Supporting Section (hierarquia de páginas). Agrupamento por atributos (entidade, atributo, subatributo, query).

Unidade 11: Priorização Estratégica

Como priorizar publicação (impacto comercial, dificuldade, sequência lógica). Construção visual do Topical Map (Miro/Whimsical/Draw.io).

Unidade 12: Do Mapa à Arquitetura

Converter o Topical Map em URLs (hierarquia limpa, evitar canibalização). Entregável: Topical Map completo + estrutura de URLs + ordem de publicação.

Unidade 13: Pensar o Documento Como Sistema

Macro contexto vs. micro contexto (intenção principal + subtemas obrigatórios). Diluição e como evitá-la (páginas Frankenstein, mistura de intenções).

Unidade 14: Construção Baseada em Entidades e Atributos

Estrutura SPO: Subject-Predicate-Object (entidade, atributo, valor). Construção do esqueleto do documento (H1, H2, H3, FAQs estratégicas).

Unidade 15: Relevância Semântica Real

Cobertura de atributos críticos (o que o Google espera ver). Linkagem interna estratégica (pontes contextuais, páginas hub).

Unidade 16: Content Brief Profissional

Como criar um Content Brief semântico (intenção, entidade, atributos, links, tom). Entregável: documento estruturado + tabela SPO + brief replicável.

Unidade 17: De Strings a Things

O que é realmente uma entidade (pessoa, organização, produto, conceito + atributos). Modelo Entidade-Atributo-Valor (EAV) (entidade, atributo, valor, tabela estruturada).

Unidade 18: Knowledge Graph e Representação

Como o Google constrói o Knowledge Graph (fontes, consistência, coocorrências). Identidade e desambiguação (consistência de nome, referências cruzadas).

Unidade 19: Schema Estratégico

O que é Schema e o que NÃO é (Organization, Person, Article, FAQ, Product, Service). Implementação estratégica (JSON-LD adaptado ao projeto real, validação).

Unidade 20: Entity Identity Management

Como se tornar uma entidade reconhecida (NAP, perfis, autoria, sinais cruzados). Entregável: modelo EAV + schema + plano de identidade algorítmica.

Unidade 21: Como Funcionam os LLMs

O que é realmente um LLM (tokens, embeddings, RAG, predição de sequências). Como os LLMs usam a Web (pré-treinamento, recuperação, fontes citadas).

Unidade 22: Generative Engine Optimization (GEO)

O que é GEO (otimizar para ser citado por modelos generativos). Otimização para AI Overviews (respostas claras, listas, tabelas, FAQs, formato extraível).

Unidade 23: Brand Embedding e Sinais Modernos

O que é Brand Embedding (marca, atributo, solução, mapa de associação). Construção de sinais externos (citações, PR técnico, autoria, contribuições).

Unidade 24: Métricas e Projeto Final

Métricas além do tráfego (AI Overview, citações indiretas, consultas de marca, dashboard GEO). Projeto final integrador: Topical Map + arquitetura + documento + EAV + schema + identidade + plano GEO + métricas.

Unidade 25: Escalabilidade de Topical Maps

De 20 URLs para 500 URLs (expandir atributos sem romper fronteiras, quando dividir). Templateness vs. relevância (padrões repetitivos, variação contextual necessária).

Unidade 26: Arquitetura Programática Inteligente

SEO programático bem feito (localização+serviço, produto+atributo, justificar relevância). Controle de canibalização massiva (detectar overlap, consolidar, fundir vs. separar).

Unidade 27: Arquitetura Multi-entidade

Modelos complexos (ecommerce, SaaS, marketplace, portal informativo, grafos de entidades). Interlinking avançado (hubs estratégicos, fluxo interno, depth control).

Unidade 28: Auditoria e Framework Profissional

Como auditar arquitetura complexa (checklist avançado: fronteiras, cobertura, overlap). Blueprint final: mapa expandido + estratégia programática + controle de canibalização + interlinking.

Unidade 29: Como o Google Representa a Linguagem

O que é realmente um embedding (vetorização, distância semântica, similaridade, espaço vetorial). Query-Document matching moderno (recuperação, re-ranking, co-ocorrências, pattern recognition).

Unidade 30: Phrase-Based Indexing e Sinais de Estrutura

O que é Phrase-Based Indexing (frases preditoras, relações, eliminação de ruído). Padrões de co-ocorrência (entidade+atributo, atributos obrigatórios, relevância).

Unidade 31: Golden Embeddings e Sistemas Modernos

O que é Golden Embedding (embeddings pré-calculados, clareza estrutural, sinais explícitos). Design anti-update (sistemas robustos vs. frágeis, diversificação de sinais).

Unidade 32: Vantagem Competitiva Real

Como construir diferenciação algorítmica (cobertura, estrutura, entidade, embedding, sinais). Projeto final: framework completo de vantagem competitiva em SEO.