**SEO - Princípios da Otimização de Sites**

1. **Aula 1 – O que é SEO:**
   1. História do SEO - Como começou:
      1. O primeiro buscador da internet surgiu em 1993 e foi chamado de Architext (se tornou o Excite tempos depois). Em seguida, os seus semelhantes foram criados. Primeiro o Yahoo em 1994, e finalmente o Google em 1997.
      2. O Google foi criado para ser um grande catálogo organizador na internet, usando a estrutura de links, que já conhecemos, para listar as páginas por relevância de acordo com a busca do usuário. Essa ideia, segundo Larry Page e Sergey Brin, foi inspirada no meio acadêmico, onde o artigo ou pesquisa que recebe citações de revistas, publicações e artigos de outros autores, são os que têm mais reputação e são os mais confiáveis. Assim nasceu o Pagerank, ou ranqueamento: uma métrica de 0 a 10, calculada pela quantidade e qualidade dos links recebidos.
      3. No mesmo ano de seu lançamento, 97, o Google já era considerado o principal site de buscas no “Top 100 Web Sites”, e foi no mesmo ano que o termo SEO foi mencionado pela primeira vez. O termo surgiu no livro Net Results, de Bob Heyman, Leland Harden e Rick Bruner. Segundo eles, o termo surgiu em uma discussão sobre o posicionamento do site da banda Jefferson Starship em sites de busca. Os autores testaram e constataram que ao incluírem mais palavras-chave com o nome da banda no meio do texto do site, o link da página voltava para a primeira posição no buscador. E assim eles batizaram a técnica de Search Engine Optimization, o SEO.
      4. Até a internet se tornar mais acessível e o Google, e outros sites de busca, se popularizarem, as ações de SEO eram limitadas à técnica de inclusão de textos e palavras-chave para, assim, ganhar uma posição mais importante no ranqueamento de busca do usuário.
      5. Outras estratégias foram sendo aplicadas para a otimização de sites, mas sobre isso estudaremos mais adiante.
   2. O que aprendemos:
      1. O que é SEO e qual o seu significado;
      2. A história do SEO, como começou e como se tornou o que é hoje;
      3. O poder de influência do Google e dos buscadores no dia a dia das pessoas, e no comportamento dos consumidores;
      4. E os tipos de aplicações de SEO, que não se restringem apenas a sites e blogs.