



GUIA DE SEO

Fundação Unimed



ÍNDICE



ÍNDICE

- SUMÁRIO EXECUTIVO
- ESTRUTURA DE HEADINGS TAGS
- TITLES E DESCRIPTIONS
- ALT NAS IMAGENS
- FERRAMENTA DE TITLE
- SITE RESPONSIVO

ÍNDICE

- SITEMAP.XML
- LINKAGEM INTERNA
- SUGESTÕES DE URLs OTIMIZADAS
- BREADCRUMBS
- FORMULÁRIO
- PÁGINA 404

SUMÁRIO EXECUTIVO



SUMÁRIO EXECUTIVO

O Guia de SEO tem como objetivo elencar todos os pontos fundamentais para a criação do novo site da Fundação Unimed no que tange as boas práticas de otimização de sites.

Assim, o novo site terá sua estrutura apta para ser bem lida pelos buscadores do mercado brasileiro, como Google, Bing e Yahoo.

Além disso, é importante ter em vista a Análise de Concorrência enviada anteriormente, possibilitando que o site da Fundação se destaque em relação aos maiores players do mercado.



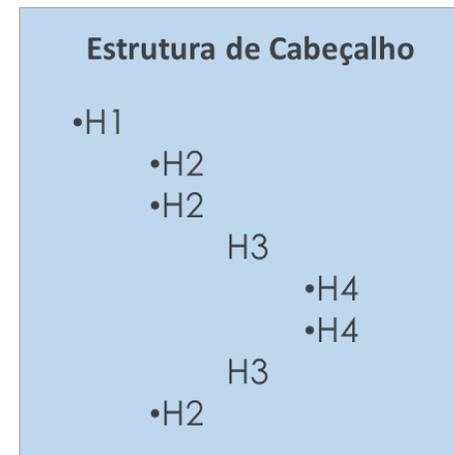
ESTRUTURA DE HEADING TAGS



ESTRUTURA DE HEADING TAGS

Os *headings* são demarcações feitas no código do site que identificam os parágrafos, além de demonstrar aos buscadores qual o nível hierárquico dentro de uma página. O H1 sempre demonstra o assunto principal, o H2 equivale a um subtítulo e assim por diante até chegar ao H6.

Cada página dentro dos sites deve ter **apenas um** H1.



HEADINGS LOGO



A imagem do logo da Fundação Unimed deve aparecer como H1 apenas na Home.

Nas demais páginas, é necessário tirá-lo e deixar apenas como uma imagem com um link apontando para a Home.

Além disso, o alt do logo deve ser “Fundação Unimed – Educação na Área da Saúde”.

Abaixo demonstramos como o logo deve aparecer nas páginas.

```
Na Home
<h1 class="logo"><a href="/"></a>
</h1>
```

```
Nas demais páginas
<a href="/"></
a>
```



HEADINGS DE MAIS PÁGINAS

Escolher como H1 o tema principal da página.

Havendo sub-itens, escolha como H2 e assim sucessivamente até não haver mais desdobramentos ou até chegar a H6.

Por exemplo:

- Na página de Categoria “Curta Duração”:
 - H1 = nome da categoria (ex. “Curta Duração”)
 - H2 = subtítulos da página (ex. “Apresentação”)
 - H3 = subcategorias de cursos dentro dessa categoria sob o H2 “Áreas de Atuação” (ex. “Atendimentos e Secretárias”)
 - H4 = nome do curso (ex. “Excelência em Telemarketing”)
- Nas páginas de Subcategoria
 - H1 = nome da subcategoria (ex. “Atendimento e Secretárias”)
 - H2 = título da página (ex. “Curta Duração | Atendimento e Secretárias”)
 - H3 = nome do curso (ex. “Atendimento com Qualidade”)
- Nas páginas de Curso
 - H1 = nome do curso (ex. “Atendimento com Qualidade”)
 - H2 = itens que definem o curso



Headings – Página de Categoria

Obs.: A estrutura final de H1, H2, etc, dependerá da estrutura do novo Portal mas a ilustração ajuda a compreender o conceito

The screenshot shows the 'Pós-Graduação' category page on the Fundação Unimed website. The page layout includes a top navigation bar with search and contact information, a main banner with a forest image and a 'FAÇA SUA INSCRIÇÃO' button, and a main content area with an 'Apresentação' section, a list of courses, and contact information. Red callouts labeled H1 through H4 point to specific elements: H1 points to the 'Pós-Graduação' title, H2 points to the 'Apresentação' section, H3 points to the 'Áreas de atuação:' and 'MBA's a Distância >>' sections, and H4 points to the 'Gestão >>' and 'Medicina e Saúde >>' sections.

Busca Área do aluno: Presencial | EAD Contato 0800 70 21 301 Portal Unimed

Fundação Pós-Graduação Curta Duração Educação a Distância Assessorias Publicações Vídeos Mantenedores

Fundação Unimed Pós-Graduação FAÇA SUA INSCRIÇÃO CLIQUE AQUI

Fundação Unimed > Pós-Graduação A- A+

Agenda

- 17 E 18 DE JUL Geriatria e Gerontologia Vitória / ES
- 07 E 08 DE AGO MBA em Administração Hospitalar Belo Horizonte / MG
- 07 E 08 DE AGO Auditoria em Saúde Brasília / DF
- 07 E 08 DE AGO Perícia Médica Natal / RN
- 07 E 08 DE AGO Urgência, Emergência Médica e Terapia Intensiva Campina Grande / PB
- 14 E 15 DE AGO MBA em Gestão de Negócios em Saúde Caxias do Sul / RS

Mais Informações

0800 70 21 301 faleconosco@fundacaounimed.org.br

Apresentação

Cada vez mais exigido pelo mercado, o profissional em educação continuada em nível de especialização lato sensu são indispensáveis nas instituições de ensino de todo o país, oferece aos participantes, conhecimentos teórico e prático sob a orientação de professores com grande experiência acadêmica e vivência prática nas diferentes áreas de saúde.

Com mais de 300 turmas de pós-graduação lançadas em 10 anos, a Fundação Unimed conquistou reconhecimento nacional na formação de profissionais altamente capacitados, aptos a promoverem transformações em seu ambiente de trabalho por meio do exercício adequado de sua função.

Público-alvo:

Profissionais com nível superior que atuam ou desejam atuar na área de saúde e buscam:

- Impulsionar a carreira;
- Aprofundar os conhecimentos em áreas técnicas específicas;
- Tornar-se competitivo para novas demandas do mercado de trabalho;
- Aprender-se de novas tecnologias e processos de gestão;
- Aumentar a empregabilidade com novas áreas de atuação.

Áreas de atuação:

Gestão >>

- Gestão de Cooperativas Aplicada aos Sistemas de Saúde
- MBA em Administração Hospitalar
- MBA em Gestão de Cooperativas de Saúde
- MBA em Gestão de Negócios em Saúde
- MBA Gestão em Saúde
- MBA Gestão Empresarial

MBA's a Distância >>

- MBA em Gestão para Cooperativas de Saúde

Medicina e Saúde >>

- Atenção Primária à Saúde
- Auditoria em Saúde
- Auditoria Odontológica
- Cardiologia
- Geriatria e Gerontologia
- Medicina do Trabalho
- Perícia Médica
- Urgência, Emergência Médica e Terapia Intensiva

Mestrado >>

Mais Informações

Para mais informações, entre em contato conosco:
0800 70 21 301 | faleconosco@fundacaounimed.org.br

Manual Portal do Aluno Fundação Unimed

Headings – Página de Subcategoria

Obs.: A estrutura final de H1, H2, etc, dependerá da estrutura do novo Portal mas a ilustração ajuda a compreender o conceito

The screenshot shows a website page for 'Fundação Unimed' with a navigation menu at the top: Fundação, Pós-Graduação, Curta Duração, Educação a Distância, Assessorias, Publicações, Vídeos, Mantenedores. The main header features the Unimed logo and the title 'Atendimento e Secretárias', which is annotated with a red callout box labeled 'H1'. Below the header is a breadcrumb trail: 'Fundação Unimed > Curta Duração > Atendimento e Secretárias', annotated with a red callout box labeled 'H2'. To the right of the breadcrumb is a printer icon and 'A- A+'. On the left side, there is a 'Mais informações' section with a phone icon and the number '0800 70 21 301', and an email address 'faleconosco@fundacaounimed.org.br'. Below this is a 'Curso Personalizado' section with a gear icon and the text 'Clique aqui e solicite um curso personalizado.'. The main content area is titled 'Curta Duração | Atendimento e Secretárias' and contains a paragraph about course duration and a list of training topics. Each topic is accompanied by a photo and a 'Saiba Mais' button. The topics are: 'A Excelência no Atendimento ao Cliente como Diferencial Competitivo para as Operadoras de Plano de Saúde', 'A Postura Profissional de Secretariado e os Desafios da Gestão Secretarial', 'Atendimento com Qualidade', 'Atendimento Unimed', 'Excelência em Telemarketing', and 'Gestão de Conflitos para Secretárias'. A large red starburst callout labeled 'H3' is positioned over the bottom row of these cards.

Fundação Unimed > Curta Duração > Atendimento e Secretárias

A- A+

Mais informações

0800 70 21 301

faleconosco@fundacaounimed.org.br

Curso Personalizado

Clique aqui e solicite um curso personalizado.

Curta Duração | Atendimento e Secretárias

Com carga horária máxima de 40 horas, a modalidade de cursos de curta duração é ideal para quem quer se atualizar de maneira rápida e eficaz.

Confira abaixo os treinamentos da área de atendimento e secretárias:

A Excelência no Atendimento ao Cliente como Diferencial Competitivo para as Operadoras de Plano de Saúde

A Postura Profissional de Secretariado e os Desafios da Gestão Secretarial

Atendimento com Qualidade

Atendimento Unimed

Excelência em Telemarketing

Gestão de Conflitos para Secretárias

Headings – Página de Curso

Obs.: A estrutura final de H1, H2, etc, dependerá da estrutura do novo Portal mas a ilustração ajuda a compreender o conceito

The screenshot displays the website for Fundação Unimed. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Área do aluno: Presencial | EAD', 'Contato (0800 70 21 301)', and 'Portal Unimed'. Below this is a horizontal menu with categories: 'Fundação', 'Pós-Graduação', 'Curta Duração', 'Educação a Distância', 'Assessorias', 'Publicações', 'Vídeos', and 'Mantenedores'. The main banner features the Unimed logo, the course title 'MBA em Administração Hospitalar', and a circular button that says 'FAÇA SUA INSCRIÇÃO CLIQUE AQUI'. A red callout box labeled 'H1' points to the course title. Below the banner, a breadcrumb trail reads 'Fundação Unimed > Pós-Graduação > Gestão > MBA em Administração Hospitalar'. On the left, there is a 'Inscreva-se' section with the dates '07 E 08 DE AGO' and the location 'Belo Horizonte / MG'. The main content area has a heading 'Apresentação' with a red callout box labeled 'H2' pointing to it. The text below the heading describes the course as multidisciplinary and mentions its relevance in the current market. A video player is indicated by a dashed box at the bottom of the content area.



TITLES E DESCRIPTIONS



TITLES E DESCRIPTIONS

O *title* é um dos itens de maior influência no posicionamento do Google, pois ele ajuda o usuário a encontrar com facilidade exatamente o que é buscado. Por isso, é muito importante que todas as páginas do site contenham um *title* bem otimizado.

A *description*, por outro lado, não influencia diretamente no posicionamento como o *title*, mas uma descrição bem chamativa e atrativa é um dos principais fatores para determinar se o usuário irá clicar no link para sua página ou não.

TITLES E DESCRIPTIONS

O *title* tem um espaço disponível de até 65 caracteres, enquanto a *description* possui até 145 caracteres. Escrever um título ou descrição maior que isso não chega a prejudicar o site, mas o conteúdo acaba sendo cortado devido ao limite de espaço disponível para aparecer, o que pode prejudicar o entendimento do usuário.

Confira um exemplo de como seria o *title* e *description* para a Home da Unimed.

Portal Nacional de Saúde - Fundação Unimed

www.fundacaounimed.org.br/

A Fundação Unimed promove o desenvolvimento das cooperativas e dos profissionais da área da saúde, além de referência educacional na área de saúde.



SUGESTÃO DE REGRA PARA TITLES

Segue sugestão de regras para implementação dos títulos das páginas (meta title)

Home:

Educação na Área da Saúde - Fundação Unimed

Categoria:

Cursos - {category-name} – Fundação Unimed (ou Educação em vez de Curso)

Exemplo: Cursos - Pós Graduação – Fundação Unimed

Subcategoria:

{subcategory-name} – Fundação Unimed

Exemplo: Cursos - Atendimento e Secretárias – Fundação Unimed

Curso:

{course-name} – Fundação Unimed

Exemplo: MBA em Administração Hospitalar – Fundação Unimed

Obs.: alguns nomes de curso ultrapassam o limite dos 65 caracteres. Por exemplo, “A Excelência no Atendimento ao Cliente como Diferencial Competitivo para as Operadoras de Plano de Saúde”. Talvez criar uma descrição curta ou editar o meta title truncado.

FERRAMENTA DE TITLES



FERRAMENTA DE TITLES

O Google Adwords possui uma ferramenta muito útil para encontrar dicas de palavras-chave, o Planejador de Palavras-chave. Essa ferramenta mostra uma grande variedade de termos relacionados ao assunto e uma média do número de buscas realizadas para aquele termo no decorrer de um período de 12 meses.

Usando esses dados é possível ter uma visão geral das palavras-chave com maior volume de busca e, assim, trabalhá-las de forma a obter melhores resultados, mais visitas e, conseqüentemente, melhorar o posicionamento dos termos trabalhados nos buscadores.

Com o auxílio do Planejador de Palavras-chave é possível escolher títulos para páginas, montando-o da melhor maneira possível. Por exemplo, em uma página que olhamos ao invés de "Cartilha de Saúde - Doenças do Inverno" o título poderia estar ao contrário, "Doenças do Inverno - Cartilha de Saúde" o que daria mais força para o que tem mais pesquisa, no caso, o termo "doenças do inverno".

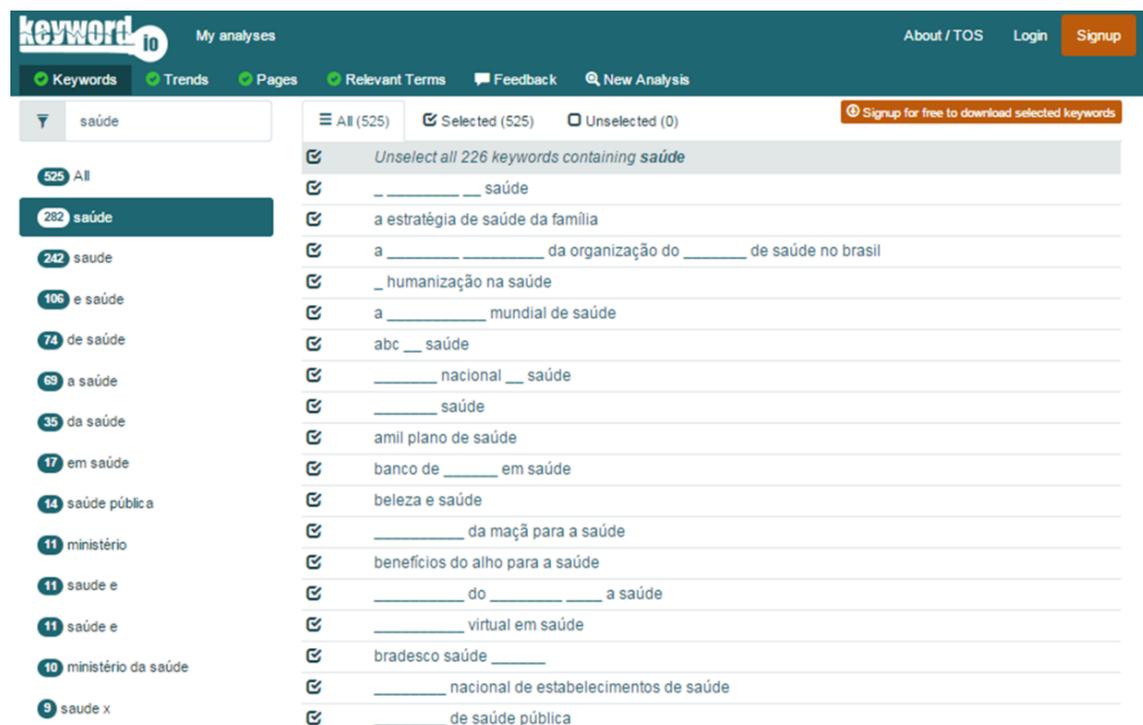


FERRAMENTA DE TITLES

<http://keywordtool.io/>

Além do Planejador de Palavras-chave do Adwords, existe um site muito útil, capaz de fornecer novas ideias para títulos bem como pautas para artigos no blog, já que o site mostra resultados de como os usuários pesquisam por determinado termo.

Veja quantas informações recebemos apenas digitando o termo “saúde”, por exemplo.



The screenshot displays the KeywordTool.io interface. The search term 'saúde' is entered in the search bar. The left sidebar shows a list of related terms with their respective counts: 'All' (525), 'saúde' (232), 'saude' (242), 'e saúde' (106), 'de saúde' (74), 'a saúde' (69), 'da saúde' (35), 'em saúde' (17), 'saúde pública' (14), 'ministério' (11), 'saude e' (11), 'saúde e' (11), 'ministério da saúde' (10), and 'saude x' (9). The main content area shows a list of 226 keywords containing 'saúde', with the first few being: 'Unselect all 226 keywords containing saúde', '___ saúde', 'a estratégia de saúde da família', 'a ___ da organização do ___ de saúde no brasil', '___ humanização na saúde', 'a ___ mundial de saúde', 'abc ___ saúde', '___ nacional ___ saúde', '___ saúde', 'amil plano de saúde', 'banco de ___ em saúde', 'beleza e saúde', '___ da maçã para a saúde', 'benefícios do alho para a saúde', '___ do ___ a saúde', '___ virtual em saúde', 'bradesco saúde ___', '___ nacional de estabelecimentos de saúde', and '___ de saúde pública'. The interface also includes navigation tabs for Keywords, Trends, Pages, Relevant Terms, Feedback, and New Analysis, along with a 'Signup for free to download selected keywords' button.



ALT NAS IMAGENS



ALT NAS IMAGENS

O alt inserido nas imagens explica aos buscadores o conteúdo daquela imagem e seu papel no conteúdo. Assim, o buscador consegue apresentar aquela imagem como resultado em uma determinada busca do usuário.

Os robôs não conseguem ler imagens, por isso é fundamental utilizar essa tag dentro do conteúdo.

ALT NAS IMAGENS

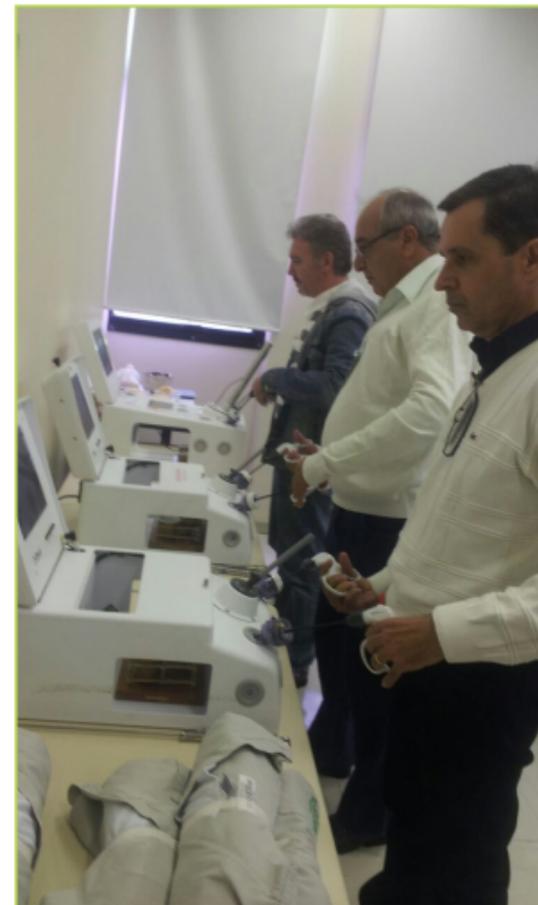
As imagem ao lado deve ter o seu alt preenchido conforme o seu conteúdo, assim como o exemplo abaixo:

```

```

Outro detalhe importante é o nome do arquivo da imagem.

No caso da imagem que escolhemos para exemplificar, é “Minimamente-1.png”. É interessante que seu arquivo também tenha um nome otimizado, no caso “alunos-realizam-procedimentos-simuladores”. Sempre facilitando a leitura do arquivo para os buscadores .



ALT NAS IMAGENS

Ao subir novas imagens, é importante otimizar o nome da mesma, facilitando a leitura do arquivo pelos buscadores.

```

```

Um recurso interessante, que pode ser utilizado para deixar a postagem de imagens mais fácil e organizada, é a configuração do Painel do Controle de administrador do site. Nele é possível configurar para que as imagens sejam inseridas em tamanhos pré-determinados, facilitando assim a publicação de qualquer tipo de postagem.

A largura atual das páginas do site da Fundação Unime tem um tamanho de 705 pixels, assim, é necessário configurar as imagens para sempre serem redimensionadas obedecendo a este tamanho.

SITE RESPONSIVO



SITE RESPONSIVO

No Brasil, o mercado mobile já conta com mais de 272 milhões de conexões móveis ativas. Tablets e Smartphones tornaram a conexão com a rede muito mais fácil e, portanto, possuir um site responsivo é fundamental para proporcionar ao usuário uma boa experiência de usabilidade e de navegação.

Um site responsivo é capaz de se adaptar a qualquer tamanho de tela em que ele for carregado, facilitando a leitura, sem deformar o layout ou ter a necessidade de zoom, tornando a navegação do usuário no site tranquila e muito confortável.



SITE RESPONSIVO

Site Responsivo:

Computadores, smartphones, tablets ou notebooks, o design é o mesmo. O que altera é como o design é apresentado, alterando apenas o layout de acordo com a resolução do dispositivo.

Site Versão Mobile:

Diferente de um layout responsivo, a versão mobile é toda pensada apenas para o mobile, inclusive sua programação. Uma segunda aplicação, ou seja, uma para navegadores comuns e outra para navegadores mobile.



SITEMAP.XML



SITEMAP.XML

Além do robots.txt, os sites de busca possuem um mecanismo a mais para submeterem o conteúdo de seus sites por meio de um sitemap (mapa de site) no formato XML ou .TXT.

O arquivo sitemap.xml é usado como um índice aos buscadores, facilitando o acesso a essas páginas e arquivos. O objetivo é guiar o usuário ou o robô de busca para uma melhor navegação pelo site, sem, teoricamente, acessar páginas com conteúdos irrelevantes ou páginas duplicadas, fazendo com que a navegação flua com melhor qualidade.

.

LINKAGEM INTERNA



LINKAGEM INTERNA

A Linkagem Interna é um dos processos da otimização do site, de modo que sejam inseridos links nas páginas que tenham interligação, dando força para o site internamente e também auxiliando a navegação do usuário.

Os links são inseridos dentro dos textos e precisam sempre ter o seu título preenchido de modo que os buscadores consigam entender o motivo do link estar ali.

Trabalhando com a linkagem interna nos descritivos dos produtos é possível linkar termos para as categorias do site, bem como, linkar termos para outras páginas específicas de produtos.



LINKAGEM INTERNA

Pegamos um exemplo para mostrar como a linkagem interna pode ser feita trabalhando o conteúdo dentro de uma página.

A página que vamos usar como exemplo é:

[http://
www.fundacaounimed.org.br/
Paginas/noticia.aspx?idn=162](http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/noticia.aspx?idn=162)

O termo demarcado pode ser linkado para:
[http://www.fundacaounimed.org.br/
Paginas/noticia.aspx?idn=162](http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/noticia.aspx?idn=162)

Intrafederativa Sul de Minas realiza trabalho de capacitação das gerências das Singulares

O projeto de Coaching foi desenvolvido para os profissionais das Unimed's associadas a cooperativa

A Fundação Unimed está com um projeto de **assessoria de gestão**, denominado Coaching para Desenvolvimento de Lideranças, na Intrafederativa Sul de Minas. O objetivo é trabalhar temas relacionados a administração de conflitos, formação de equipes eficazes e qualificadas, melhoria das relações interpessoais, gerenciamento de tempo, comunicação e feedback.

O projeto, que está sob orientação da consultora Priscila Galhardo, é composto por duas etapas distintas e complementares - em grupo e individual - com 21 gerentes das Unimed's associadas (São Sebastião do Paraíso, Guaxupé, Sudoeste de Minas, Varginha, Poços de Caldas, Sul Mineira, Lavras, Alfenas, Campo Belo, Circuito das Águas, Andradás, Machado, Três Corações, Três Pontas e Intrafederativa).

Estruturado em 5 módulos, o trabalho está na reta final, com previsão de conclusão em julho. Warlei Martins, gerente da Intra Sul de Minas e um dos responsáveis pela concretização do projeto, afirma que "já no terceiro módulo, é possível perceber percebemos que as expectativas serão superadas. O conteúdo é voltado para a profissionalização dos gerentes e as entrevistas individuais para o aprimoramento pessoal. Tudo conspira a favor: o curso, a turma, a consultora, local, horário e o apoio da Intra. O aproveitamento tem sido excelente e certamente o objetivo será alcançado. Cuidar dos nossos gerentes: Esse é o plano".



LINKAGEM INTERNA

A página que vamos usar como exemplo é:

<http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/noticia.aspx?idn=163>

Fundação Unimed e Unimed Sorocaba iniciam curso de Cirurgia Minimamente Invasiva em Ginecologia

A primeira aula aconteceu nos dias 19 e 20 de junho no hospital Dr. Miguel Soeiro.

A Fundação Unimed, em parceria com a Unimed Sorocaba, iniciou no último final de semana, o curso de aperfeiçoamento em **Cirurgia Minimamente Invasiva** em Ginecologia. O treinamento alia teoria e prática com o objetivo de capacitar os médicos para a atuação em procedimentos ginecológicos por meio do trabalho de temas como Histeroscopia e Uroginecologia e Cirurgia.

O hospital Dr. Miguel Soeiro oferece aos alunos a infraestrutura adequada para a realização do curso. Para Dr. Eduardo Martins Marques, Diretor de Assuntos Médicos da Unimed Sorocaba, “unir teoria e prática, com desenvolvimento simultâneo, e compartilhamento instantâneo de informação e imagem, é o grande diferencial deste curso. Além disso, o treinamento é composto por professores renomados e instrumental moderno. Os alunos estarão aptos a indicar e realizar as cirurgias com segurança, aprimorar técnicas e táticas operatórias e trocar informações entre si, proporcionando uma maior integração pessoal, profissional e científica”.

O termo “Cirurgia Minimamente Invasiva” pode ser linkado para:

<http://www.fundacaounimed.org.br/curta-duracao/saude/cirurgia-minimamente-invasiva/Paginas/default.aspx>



SUGESTÃO DE URLS OTIMIZADAS



SUGESTÃO DE URLS OTIMIZADAS

Uma URL otimizada em um site pode trazer diversas vantagens quando pensamos em como os robôs analisam o seu site. Pela URL, eles conseguem entender como as páginas estão estruturadas, a organização do site e também o que cada uma daquelas URLs significam dentro do site, conseguindo distribuir melhor a relevância e entendendo quais são as páginas importantes de acordo com a pesquisa realizada pelo usuário.



SUGESTÃO DE URLS OTIMIZADAS

Atualmente a URL do site da Unimed está do seguinte modo:

<http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/default.aspx>

Assim como no Portal, quanto mais profundamente navegamos nas url's do site, cada vez mais desorganizadas e difíceis de ler ficam as urls, por exemplo, visitando a sessão da Fundação Unimed “Notícias” e entrando dentro do artigo “Intrafederativa Sul de Minas realiza trabalho de capacitação das gerências das Singulares”, visualizamos a seguinte url:

<http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/noticia.aspx?idn=162>



SUGESTÃO DE URLS OTIMIZADAS

Tanto para os robôs do Google quanto para os usuários, se torna uma tarefa impossível descobrir o conteúdo daquela páginas apenas pela url.

Por isso, a otimização de urls é um fator importante no trabalho de SEO.

Abaixo damos algumas sugestões de como deixar as urls otimizadas e de fácil interpretação.

SUGESTÃO DE URLS OTIMIZADAS

Pegando como exemplo o artigo “Intrafederativa Sul de Minas realiza trabalho de capacitação das gerências das Singulares”:

<http://www.fundacaounimed.org.br/Paginas/noticia.aspx?idn=162>

Home > Notícias > Intrafederativa Sul de Minas realiza trabalho de capacitação das gerências das Singulares

Como sugestão para a URL desse caminho, seria:

<http://www.fundacaounimed.org.br/noticias/intrafederativa-sul-de-minas-realiza-trabalho-de-capacitacao-das-gerencias-das-singulares>

BREADCRUMBS



BREADCRUMBS

Os *breadcrumbs*, ou *migalhas de pão*, auxiliam a navegação do usuário dentro do site, mostrando o caminho que ele trilhou para chegar na página em que se encontra naquele momento. O objetivo é melhorar ainda mais a navegação do usuário e também aparecer nos resultados de busca do Google.

Os *breadcrumbs* são visualizados do seguinte modo na tela:

Fundação Unimed > Curta Duração > Atendimento e Secretárias

O código a ser implementado, deve seguir como o modelo abaixo:

```
<div class="breadcrumb"><div id="atg_store_dimensionRefinements"><a title="Fundação Unimed"
href="/">Fundação Unimed</a><span class="divider">&gt;</span><a title="Cursos de Curta Duração" href="/
curta-duracao/">Curta Duração</a><span class="divider">&gt;</span><a title="Atendimento e Secretarias"
href="/curta-duracao/atendimento-e-secretarias/">Atendimento e Secretarias</a><span class="divider">&gt;</
span>
</div>
</div>
```



BREADCRUMBS

Para que os buscadores possam identificar essa trilha de navegação, ele devem aparecer como demonstrado abaixo:

```
<div itemscope itemtype="http://data-vocabulary.org/Breadcrumb" class="breadcrumb"><div
id="atg_store_dimensionRefinements"><a title="Fundação Unimed" href="/" itemprop="url"><span
itemprop="title">Fundação Unimed</a><span class="divider">&gt;</span><a title="Cursos de Curta Duração"
href="/curta-duracao/" itemprop="url"><span itemprop="title">Curta Duração</a><span class="divider">&gt;</
span><a title="Atendimento e Secretarias" href="/curta-duracao/atendimento-e-secretarias/" itemprop="url"><span
itemprop="title">Atendimento e Secretarias</a><span class="divider">&gt;</span>
</div>
</div>
```



FORMULÁRIO



FORMULÁRIO

O formulário de inscrição de curso da Fundação Unimed, abaixo citado, possui informações importantes para o cadastro dos alunos. No entanto, por esse ser um primeiro contato, obrigar o usuário a preencher tantos campos pode acabar tirando o interesse dele no curso.

<http://www.fundacaounimed.org.br/curta-duracao/Paginas/inscricao.aspx?WebId=858756a7164144bfa80b8941925b3be4&Sigla=SP&Cid=S%C3%A3o+Paulo>

Por isso, sugerimos a retirada de alguns campos que não sejam necessários em um pré-cadastro e apenas alguns sejam mantidos como 'campo obrigatório'.

Abaixo listamos os campos que achamos interessantes manter nesse primeiro contato do usuário:



FORMULÁRIO

Dados do Curso

- Curso*
- Estado *

Dados Pessoais

- Nome Completo *
- CPF *
- Data de nascimento
- Endereço
- Estado
- CEP *

Dados de Contato

- E-mail *
- Telefone residencial *
- Telefone Celular

Dados da Empresa

- Empresa *
- Cargo *

Dados de Pagamento

- A empresa será responsável pelo pagamento?*
- Você é cooperado?*



PÁGINA 404



PÁGINA 404

É muito importante que todo site, possua uma página 404 personalizada e amigável ao usuário, já que muitos acabam ficando frustrados com mensagens de erros genéricas. Assim, com uma página 404 personalizada, você consegue dar mais opções usuário a continuar a navegação do site.

Não encontramos essa página :/

Confira se você digitou direitinho o endereço que queria. Se estiver tudo certo, pode ser que o conteúdo tenha sido removido.

[Ir para página inicial](#)

eu acho que você vai gostar destes produtos





OBRIGADO!

