

Escola Superior de Ciências Empresariais

Designação	Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação
------------	--

Área de Formação (CNAEF) 3.4.2 Marketing	ECTS 3	Nível EQF 6
--	-----------	----------------

	Presenciais	Online - síncronas	Online - assíncronas	TOTAL
Horas de contacto		24 hrs		

Horas de trabalho autónomo	57h
----------------------------	-----

Público a que se destina	Todos os que pretendam adquirir competências Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação
Vagas (se aplicável)	Mínimo e máximo – 10 e 20

1. Equipa docente/ Equipa de Formação

	nome	Email	Science ID
Docentes; Formadores/as	Docente Responsável: Jorge Garcia Formadora: Rita Tomé Duarte	Rita Yoomen <rita@yoomen.pt	

2. Resumo

O curso "Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação" foi desenhado num formato 100% online para oferecer uma compreensão robusta da Inteligência Artificial (IA) e das suas aplicações práticas nas várias áreas do marketing e da comunicação. Estruturado em 12 sessões interativas, de 2 horas cada, o curso abrange desde os fundamentos teóricos da IA até as suas aplicações práticas específicas, proporcionando a participantes habilidades essenciais para aumentarem a sua produtividade e a sua capacidade de inovação no cenário digital moderno.

3. Objetivos de aprendizagem

Compreensão Fundamental da IA:
Entender o que é a IA, as suas principais subáreas como Machine Learning e Deep Learning, e as considerações éticas associadas.

Aplicação Prática da IA:
Adquirir habilidades práticas no uso de ferramentas de IA para criação de conteúdo, design gráfico, edição de vídeo, otimização de redes sociais, análise de dados, e publicidade digital.

Desenvolvimento Estratégico:
Desenvolver estratégias de marketing baseadas em IA e entender como a IA pode ser utilizada no marketing digital e no contexto académico.

Antecipação de Tendências Futuras:

Explorar as tendências emergentes na interseção de IA, marketing e comunicação, e brainstorming sobre aplicações futuras de IA na indústria.

Projeto Prático Final:

Aplicar os conhecimentos e habilidades adquiridos durante o curso para desenvolver e apresentar um projeto final.

4. Conteúdos

Sessão 1: Fundamentos da Inteligência Artificial (2 horas)

- O que é Inteligência Artificial? • Definição básica de IA e suas subáreas como Machine Learning, Deep Learning, entre outras.
- Aplicações Práticas de IA: • Apresentação de exemplos práticos de como a IA está a ser utilizada no nosso quotidiano
- IA e Ética: • Discussão sobre considerações éticas na IA, introduzindo temas como viés algorítmico e a privacidade de dados.

Sessão 2: Introdução à Inteligência Artificial (IA) (2 horas)

- Principais aplicações da IA em Marketing e Comunicação.
- Prós e contras da aplicação da IA em Marketing e Comunicação
- Atividades Práticas e Discussão (embutidas ao longo de todos os módulos)

Sessão 3: Prompting: a nova literacia (2 horas)

- Parte Teórica (1 hora): • Como criar prompts que maximizem a probabilidade das ferramentas de IA devolverem a resposta mais correta à pergunta formulada?
- Parte Prática (1 hora): Exercícios práticos na criação de prompts

Sessão 4: IA na Criação de Conteúdo (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para geração de texto.
- Exercícios práticos na criação de blogs, artigos e posts para redes sociais.

Sessão 5: IA na Criação de Imagens (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para design gráfico.
- Exercícios práticos em criação e edição de imagens.

Sessão 6: IA na Criação de Vídeos (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para edição de vídeo.
- Exercícios práticos em criação e edição de vídeos.

Sessão 7: IA na Otimização de Redes Sociais (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para análise e gestão de redes sociais
- Exercícios práticos em análise de métricas e otimização de campanhas.

Sessão 8: Estratégias de Marketing baseadas em IA (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para análise de dados.
- Exercícios práticos em desenvolvimento de estratégias de marketing baseadas em IA.

Sessão 9: IA na Publicidade Digital (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para publicidade programática.
- Exercícios práticos em criação e otimização de campanhas publicitárias.

Sessão 10: IA no contexto académico (2 horas)

- Parte Prática (2 horas): • Ferramentas de IA para pesquisa e análise de literatura • Exercícios práticos em busca de artigos relevantes e análise de tendências de pesquisa.

Sessão 11: Tendências Futuras em IA para Marketing e Comunicação (2 horas)

- Parte Teórica (1 hora): • Discussão sobre as tendências emergentes. • Parte Prática (1 hora): • Brainstorming sobre aplicações futuras de IA na indústria.

Sessão 12: Projeto Final (2 horas)

- Desenvolvimento e apresentação de um projeto final aplicando as ferramentas e estratégias aprendidas durante a formação.

5. Metodologias de ensino e aprendizagem

A metodologia do curso é altamente interativa e prática, facilitando a aplicação direta dos conceitos aprendidos. Cada sessão é estruturada para incluir uma componente prática, seja através de exercícios, discussões em grupo ou análise de estudos de caso.

- Alinhamento entre Objetivos e Conteúdos:

O curso começa com uma base teórica, alinhada com o objetivo de proporcionar uma compreensão fundamental da IA. De seguida, o curso transita para aplicações práticas, permitindo aos participantes explorar e aplicar as ferramentas de IA em cenários reais de marketing e comunicação, alinhado com o objetivo de aplicação prática da IA.

- Metodologia Centrada na Prática:

A metodologia do curso é altamente interativa e prática, facilitando a aplicação direta dos conceitos aprendidos. Cada sessão é estruturada para incluir uma componente prática, seja através de exercícios, discussões em grupo ou análise de estudos de caso.

- Discussão Contínua e Reflexão:

As sessões são desenhadas para promover a discussão contínua, reflexão e brainstorming, ajudando os participantes a conectar os conteúdos com os objetivos de aprendizagem, e a refletir sobre as implicações práticas e éticas da IA em Marketing e Comunicação.

Através deste desenho curricular estratégico e metodologia prática, o curso visa proporcionar uma aprendizagem aplicada e orientada para a ação, preparando os participantes para inovar e liderar no campo do marketing e comunicação digital.

6. Avaliação

Projeto Final para Aplicação Prática:

- O projeto final permite uma síntese e aplicação prática do aprendizado, permitindo aos participantes demonstrar competência na aplicação das ferramentas e estratégias de IA aprendidas, promovendo assim uma aprendizagem experiencial e aplicada.

A Avaliação de projeto apresentado por cada participante, tem uma cotação de 0 a 20 valores que representa 100% da avaliação.