

## ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

---

### MARKETING DIGITAL COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ESTRATÉGIAS E RESULTADOS

---

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
28/04/2026	10h/13h - 14h/17h	12 horas	Lisboa
30/02/2026	10h/13h - 14h/17h		

---

#### OBJETIVO GERAL:

Fornecer uma base sólida de marketing digital, integrando a utilização de inteligência artificial para desenhar estratégias de marketing personalizadas e orientadas para o negócio, desde a criação de conteúdo até à otimização da experiência do cliente ao longo da sua jornada.

---

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender os conceitos fundamentais de inteligência artificial aplicada ao marketing e identificar casos de uso estratégicos.
  - ✓ Mapear a jornada do cliente e aplicar IA em pontos de decisão, criando experiências personalizadas e relevantes.
  - ✓ Definir estratégias de marketing e posicionamento com base em análise de mercado, segmentação e proposta de valor.
  - ✓ Criar conteúdos para redes sociais e outros canais digitais utilizando IA, incluindo técnicas de prompting e geração automatizada.
  - ✓ Definir estratégias de personalização e automação em CRM e campanhas digitais, avaliando métricas de performance e impacto.
  - ✓ Integrar múltiplos canais digitais para otimizar o engagement e a conversão.
-

## CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução à Inteligência Artificial (IA) em Marketing	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conceitos básicos de IA e machine learning;</li> <li>➤ Aplicações práticas em marketing digital;</li> <li>➤ Casos de uso: personalização, recomendação de produtos, automação de campanhas, chatbots;</li> <li>➤ Benefícios estratégicos e impacto no negócio.</li> </ul>
IA e Consumer Journey	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Funil clássico vs. jornada do cliente;</li> <li>➤ Pontos de decisão inteligentes e mapeamento de touchpoints;</li> <li>➤ Personalização dinâmica em cada etapa da jornada;</li> <li>➤ Integração de canais digitais para otimização da experiência.</li> </ul>
Redes sociais e criação de conteúdo com IA	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estratégias para redes sociais: formatos, algoritmos e engagement;</li> <li>➤ Produção de conteúdo com prompting e geração automatizada;</li> <li>➤ Boas práticas para conteúdo relevante e personalizado.</li> </ul>
Exercício prático sobre Prompting e Geração de conteúdos	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Criar um plano de conteúdos para redes sociais utilizando IA (ChatGPT e Gemini), incluindo prompts, formatos e estratégias de engagement ao longo da jornada do cliente.</li> </ul>
IA e personalização em Marketing Digital	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Segmentação avançada e personalização dinâmica;</li> <li>➤ Recomendações de produtos e conteúdos baseadas em IA;</li> <li>➤ Automação estratégica em CRM e lifecycle marketing.</li> </ul>

IA e Experiência de Cliente	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mapeamento da jornada do cliente com pontos de decisão inteligentes;</li> <li>➤ IA em atendimento, chatbots, suporte e engagement;</li> <li>➤ Orquestração de experiências omnicanal;</li> <li>➤ Tendências emergentes: agentes autónomos, zero-click marketing.</li> </ul>
Governança, ética e riscos na aplicação de IA	30m	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Privacidade de dados e proteção do consumidor;</li> <li>➤ Riscos e impactos éticos de IA e automação em marketing;</li> <li>➤ Boas práticas e frameworks de governação.</li> </ul>
Exercício prático com base em metodologia de design thinking.	02h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desenvolver uma estratégia de personalização e experiência do cliente utilizando IA;</li> <li>➤ Criar touchpoints inteligentes, automações e métricas de performance;</li> <li>➤ Discussão de riscos e medidas éticas aplicadas à solução.</li> </ul>

#### FORMADOR: CAROLINA AFONSO

É professora universitária de estratégia e marketing, departamento de gestão, do ISEG – Lisbon School of Economics and Management da Universidade de Lisboa, e senior leader em gestão, inovação e retalho.

Com mais de 18 anos de experiência profissional, o seu percurso começou na AICEP, nos Países Baixos. Em 2008, assume funções como diretora de marketing da ASUS, transitando depois para a Konica Minolta como diretora de marketing e membro do board. Posteriormente assumiu funções como Chief Marketing and Digital Officer do Gato Preto e, posteriormente, como CEO da empresa em Portugal e Espanha. Foi Innovation & Transformation Global Director na Jerónimo Martins.

Tem doutoramento pela Universidade Complutense de Madrid, mestrado em Marketing pelo ISEG e Licenciatura em Relações Internacionais pela Universidade Nova de Lisboa. Em 2025 recebeu o prémio da ACEPI “Líderes Digitais” na categoria de Marketing e Comunicação.