

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

MARKETING DIGITAL COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ESTRATÉGIAS E RESULTADOS

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
09/10/2026	19h/13h - 14h/18h	8 horas	Lisboa

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.
 - ✓ Avaliar riscos, ética e governança na aplicação de IA em marketing, garantindo privacidade e boas práticas de utilização.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução à Inteligência Artificial (IA) no Marketing	1h00	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O que é IA; ➤ Tipos de IA aplicados ao marketing (generativa, preditiva, automação); ➤ Casos reais de uso em empresas; ➤ Limitações e riscos (conteúdo genérico, dependência, ética).
IA e Consumer Journey	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estratégia de Marketing com IA; ➤ Onde a IA entra no funil (atração, consideração, conversão, retenção); ➤ Definição de objetivos com IA (leads, vendas, branding); ➤ Personas e segmentação assistida por IA; ➤ Como evitar usar IA “sem estratégia”.
Criação de conteúdo e automações	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Automação e ferramentas; ➤ Automação de marketing (email, redes, CRM). ➤ Chatbots e atendimento automatizado; ➤ Integração de ferramentas (ex: fluxos simples); ➤ Quando automatizar vs. quando não automatizar.
Dados, Métricas e Otimização com IA	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Como a IA ajuda a analisar dados; ➤ Testes A/B com o apoio de IA; ➤ Previsão de resultados e otimização; ➤ KPIs essenciais no marketing digital.
Desenvolver estratégia e executar com IA com recurso a ferramentas de IA e vibecoding	3h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exercício (hands-on); ➤ Os participantes criam uma estratégia usando IA: ➤ Brief: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Produtos/serviço (real ou fictício); ✓ Público-alvo definido; ✓ Objetivo (ex: gera leads ou vendas); ✓ Desenvolver Personas com IA. ✓ Proposta de valor; ✓ Criar uma campanha (ex: redes sociais ou email) ✓ 2 - 3 peças de conteúdo ou texto criativo; ✓ 1 Landin page com vibecoding; ✓ Criar automação simples; ✓ Métricas principais de sucesso. ➤ Apresentação rápida (pitch).

PREÇO ASSOCIADO: 180€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 230€+IVA

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.