

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

CHATGPT E IA GENERATIVA PARA PROFISSIONAIS INOVADORES

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
05/02/2026	9h/13h/ 14h/18h	12 horas	Lisboa
06/02/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Munir os formandos de competências de inteligência artificial generativa nas áreas de marketing, publicidade e comunicação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer a envolvente macro que nos rodeia;
 - ✓ Acompanhar a digitalização e seus efeitos a médio prazo;
 - ✓ Identificar fatores críticos de sucesso para criação de efeitos de rede;
 - ✓ Utilizar e desenvolver competências na área da inteligência artificial generativa.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
O Ambiente Macro	1h	➤ De onde viemos, onde estamos e para onde vamos?
Efeitos da Digitalização	1h	➤ Atividade Offline; ➤ Atividade Online e a sua conjugação; ➤ Variáveis críticas de sucesso.
O Poder das Redes	1h	➤ Lei de Metcalfe; ➤ Como promover efeitos de rede?
Porquê a Inteligência Artificial?	1h	➤ Origem; ➤ Enquadramento; ➤ Utilização; ➤ Benefícios; ➤ Limitações e Inconvenientes.
Inteligência Artificial Generativa	4h	➤ Como e quando utilizar IA generativa; ➤ ChatGPT, Perplexity, Stable Diffusion, Bard. Prompts e Super Prompts; ➤ Validação de Resultados e cuidados a ter.
Trabalho a realizar em grupo	4h	➤ Criação e desenvolvimento de um briefing com ChatGPT.

PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA

FORMADOR: RUI DAVID DA CRUZ

Sócio-Gerente da SCAL3, consultor e Formador de Marketing no programa de formação para executivos na Universidade Europeia.

Especializado em Marketing Digital e em Business Analytics e Big Data pela Universidade Católica, começou por estudar Engenharia Eletrotécnica e Computadores no Instituto Superior Técnico em Lisboa mas foi no IADE com o curso superior de Marketing e Publicidade que consolidou a sua formação. Iniciou carreira e desenvolveu atividade em agências de meios onde trabalhou diversos clientes, desde o setor automóvel como o Grupo Volkswagen ao setor financeiro com a OK! Teleseguros passando por coordenação de projetos “Brand Entertainment” para a Procter & Gamble.

Conta com mais de 20 anos de experiência profissional, sobretudo na área do planeamento e compra de meios e também no desenvolvimento estratégico de comunicação para as marcas numa perspetiva integrada.

Em 2012 criou a sua própria unidade de negócio pioneira em Portugal baseada em marketing programático com o desenvolvimento de projetos internacionais para empresas portuguesas exportadoras.

Com um pensamento analítico aliado à inteligência emocional da comunicação publicitária, é o defensor de uma abordagem baseada em dados. Hoje tem uma linha dedicada com vários parceiros tecnológicos internacionais e é responsável pelo desenho e implementação de soluções programáticas de marketing e publicidade para as marcas.