

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

COMO CRIAR ESTRATÉGIAS DIGITAIS COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
07/04/2026	9h/13h - 14h/18h	12 horas	Lisboa
08/04/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Munir os formandos de competências de inteligência artificial generativa na elaboração de estratégias digitais em marketing, publicidade e comunicação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Conhecer as funcionalidades do ChatGPT;
 - ✓ Gerar conteúdo criativo com IA;
 - ✓ Melhorar a comunicação com o público-alvo;
 - ✓ Utilizar e desenvolver competências na otimização de campanhas digitais.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Introdução ao ChatGPT	3h	➤ Conceitos básicos de IA e NLP; ➤ Visão geral do ChatGPT; ➤ Instalação e configuração.
Geração de Conteúdo Criativo	3h	➤ Criação de ideias para campanhas; ➤ Redação publicitária com ChatGPT; ➤ Personalização de mensagens.
Estratégias de Comunicação Digital	3h	➤ Segmentação e público-alvo; ➤ Planeamento de campanhas; ➤ Análise de desempenho.
Automação e Optimização	3h	➤ Automação de interações com clientes; ➤ Melhoria contínua de estratégias; ➤ Ferramentas complementares.

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! Telesseguros 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.