Curso: Bootcamp de IA aplicada a Content Marketing

Duração: 12h
Área formativa: Cursos

Sobre o curso

A Inteligência Artificial (IA) tornou-se uma coordenada central no presente e no futuro da comunicação. E a produção de conteúdos não é, naturalmente, imune a esta revolução.

Neste quadro, os criadores de conteúdo são chamados a responder, desde já, a um conjunto amplo de desafios. Antes mesmo de se debruçarem sobre as potencialidades destas novas ferramentas, é fulcral equacionarem uma questão decisiva: o futuro do content marketing será **inteligente** ou **artificial**?

Afinal, o recurso a estes assistentes será incontornável, atendendo ao significativo impacto que terão na produtividade das equipas de produção de conteúdos. Mas como garantir que a sua utilização não prejudica o caráter orgânico e original do output?

No **Bootcamp de IA aplicada a Content Marketing**, terás a oportunidade de analisar e discutir estes conceitos emergentes — e cada vez mais presentes — no universo do content marketing. Além disso, vais explorar as principais plataformas de IA generativa utilizadas nesta área, mantendo o foco na indiscutível importância de uma abordagem **ética, criativa e inteligente** a estas ferramentas.

Com uma forte componente prática, haverá espaço para compreenderes o papel que a IA poderá desempenhar nas múltiplas fases da produção de conteúdos: da planificação e calendarização à avaliação do desempenho, passando pelo processamento de informação, pelo processo de escrita ou pela otimização dos artigos, cumprindo as normas de SEO.

Este curso será ministrado por Blandina Costa (Diretora-geral da Webtexto e Content Marketing Specialist) e/ou Luís Eusébio (Produtor de Conteúdo na Webtexto).

Objectivos

Neste **Bootcamp de IA aplicada a Content Marketing** irás conhecer as principais inovações, impulsionadas pelos modelos de linguagem natural, na área do content marketing.

Analisando as potencialidades desta tecnologia disruptiva, terás a oportunidade de explorar as possíveis aplicações destes assistentes na criação de conteúdos, reforçando o **valor inegociável da criatividade humana** neste processo.

Sem prescindir da credibilidade, da fiabilidade e da originalidade, vais então aprender a utilizar eficazmente algumas das principais plataformas de IA generativa, como: ChatGPT, Co-Pilot, Gemini e

Perplexity.

Por fim, terás a oportunidade de criar um guia completo de *prompts*, especificamente desenhados para as necessidades da produção de conteúdos. Poderás, portanto, testá-los em diversas plataformas de *genAI* e avaliar como poderás integrá-los nas rotinas diárias de trabalho, de modo que as tornes mais eficazes e criativas.



Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um Certificado de Formação (acreditado pela DGERT) e um badge digital (da Credly) para partilhares com a tua rede profissional online. Sabe mais sobre os nossos badges digitais aqui.

Pré-requisitos

Para frequentares o **Bootcamp de IA aplicada a Content Marketing** deverás ter conhecimentos informáticos na ótica do utilizador e interesse pela área do content marketing.

Destinatários

O **Bootcamp de IA aplicada a Content Marketing** destina-se a estudantes e profissionais com interesse na produção de conteúdos escritos no meio digital.

Programa

Os pilares e os principais modelos de IA (2h)

- Os principais conceitos e tendências no âmbito da Inteligência Artificial (processamento de linguagem natural, LLM, *genAI*, etc.).
- Os principais modelos de IA generativa (GPT, PaLM, Llama, Claude).

- Os principais assistentes (Chat GPT, Co-Pilot, Gemini, Perplexity).
- O enquadramento legal europeu.
- Os direitos de autor e a inegociável importância da criatividade humana na produção de conteúdos.
- Os padrões éticos de utilização (*AI Do's and Don'ts*).

A IA como co-piloto (3h)

- Características dos principais assistentes de IA generativa (Chat GPT, Co-Pilot, Gemini, Perplexity).
- As tarefas de produção de conteúdos que podem realizar-se com recurso a estes assistentes de IA generativa:
    - Extrair;
    - Pesquisar;
    - Gerar;
    - Responder;
    - Reescrever;
    - Classificar;
    - Resumir;
    - Rever;
    - Traduzir.
- Análise comparativa entre as valências dos principais assistentes de
- Exemplos práticos de execução das várias tarefas.
- Regras basilares de interação com os assistentes de IA: a arte do *prompting*.
- Exemplos práticos de *prompts:* como é que a afinação pode fazer toda a diferença no *output*?
- Exercício prático: testar as valências dos assistentes de IA generativa, enquanto co-piloto, para aumentar a rapidez, a eficácia e a fiabilidade da execução de tarefas no âmbito da produção de conteúdos.

Guia prático de utilização das ferramentas de IA no processo de produção de conteúdos (3h)

- Como introduzir as plataformas de IA nas diversas etapas da produção de conteúdo e como as integrar na rotina de trabalho:
    - A IA no processo de **planificação** (calendarização e *brainstorming*);
    - A IA como co-piloto no processo de **escrita** (desenho da estrutura do conteúdo, extração e processamento de informação, correção e afinação textual);
    - A IA no processo de criação de **imagens, vídeos, podcasts e outros recursos**;
    - A IA na **revisão** e **otimização** dos conteúdos (estratégia de SEO, auxílio na pesquisa de *keywords*, criação de metadados, revisão editorial, etc.)
    - A IA na **reconversão** de conteúdos;
    - A IA na **avaliação do desempenho**.
- Como encontrar as ferramentas de IA indicadas para auxiliar a execução de cada tarefa — *landscape* de ferramentas emergentes e introdução de *genAI* em ferramentas "tradicionais" (Canva, SemRush, Mailchimp, etc.).
- Exercícios práticos de aplicação global dos conhecimentos, com recurso às plataformas de IA generativa.

Testar, implementar, avaliar, repetir (3h)

- Discussão e revisão dos exercícios práticos.
- Criação de um guia de *prompts* que permita responder às necessidades específicas de cada equipa de produção de conteúdo.
- Desenho de um plano que permita testar e implementar as ferramentas IA nas organizações.
- Como definir o que fazer e o que não fazer com a IA no âmbito do content marketing, recorrendo a padrões éticos de utilização que protejam, e reforcem, o valor da criatividade humana.
- Criação de um "estatuto editorial" orientador da política de IA de uma organização.
- Exemplos práticos de empresas que estão a inovar nesta área.