



Data Science aplicado ao Marketing

Tecnologia - Marketing Digital

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 30 May 2025
- **Preço:** 1000 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Pós-Laboral das 2ª, 4ª e 6ª, das 19h00 às 22h00
- **Nível:**
- **Duração:** 42h

Sobre o curso

Os dados tornaram-se uma vantagem competitiva no marketing, mas saber recolhê-los não chega – é preciso interpretá-los e transformá-los em decisões estratégicas.

No curso **Data Science aplicado ao Marketing**, vais aprender a aplicar técnicas de Data Science para segmentação de públicos, previsão de tendências e otimização de campanhas, utilizando metodologias e ferramentas que tornam o marketing mais preciso e eficiente.

Destinatários

O curso **Data Science aplicado ao Marketing** destina-se a todos profissionais de marketing, gestores de campanhas e empreendedores interessados em aplicar ferramentas avançadas de análise e modelagem para criar estratégias de marketing baseadas em dados.

Objetivos

Com o curso **Data Science aplicado ao Marketing**, vais aprender a aplicar técnicas de Data Science e Inteligência Artificial no marketing, focando em machine learning, deep learning e IA generativa.

O objetivo é capacitar-te para melhorar a personalização, retenção de clientes e eficácia das campanhas. Vais explorar desde os fundamentos de IA e machine learning até à construção de modelos preditivos, como a identificação de clientes em risco de churn. Aprenderás também a segmentar audiências avançadas com técnicas de clustering e a utilizar deep learning para análise de sentimentos e classificação de imagens. Além disso, vais descobrir como a IA generativa pode ser usada para criar conteúdos e automatizar interações, tornando as tuas campanhas mais eficientes e impactantes.

Pré-requisitos

Para frequentares este curso, deverás ter conhecimentos básicos de marketing e estatística. Noções gerais de programação e análise de dados são recomendadas.

Programa

- Fundamentos de IA e Machine Learning
- Modelos de Segmentação Avançada baseados em técnicas de Clustering
- Fundamentos de Modelos de Recomendação
- Modelos de Deep Learning em Marketing
- Marketing com IA Generativa
- Utilização de Ferramentas como vextapp, Openai, datastax
- Modelos preditivos em prática: Previsão de Churn e Segmentação de Clientes
- Modelo de clusterização para segmentação de clientes
- Exercício Prático

Fundamentos de IA e Machine Learning

- Conceitos de IA e Machine Learning.
- Tipos de modelos de Machine Learning: supervisionados, não supervisionados e semi-supervisionados.
- Problemas de Classificação, Regressão, Clusterização.

Modelos de Segmentação Avançada baseados em técnicas de Clustering

- Modelos de Segmentação para identificar grupos de clientes.

Fundamentos de Modelos de Recomendação

- Regras de associação, filtragem colaborativa, baseada em conteúdo e híbrida.
- Aplicações práticas no marketing: recomendações de produtos e campanhas personalizadas.

Modelos de Deep Learning em Marketing

- Conceitos de Deep Learning.
- Aplicações práticas no marketing:
 - Processamento de texto: análise de sentimento, categorização automática.
 - Processamento de imagem: classificação de imagens.
- Introdução a ferramentas (Google AutoML or AutoML Microsoft Fabric).

Marketing com IA Generativa

- Fundamentos de GenAI.
- Aplicações práticas no marketing:

- Criação e sumarização de conteúdos com IA.

Utilização de Ferramentas como vextapp, Openai, datastax. Modelos preditivos em prática: Previsão de Churn e Segmentação de Clientes

- Modelos preditivos para identificar clientes em risco de churn.
- Fatores de risco de churn e variáveis chave.

Modelo de clusterização para segmentação de clientes

- Principais resultados e visualização dos segmentos

Exercício Prático.