

Executive Master

Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação

M I A M C



Executive Master Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: Graduados que tenham concluído anteriormente qualquer um dos cursos no campo de Comunicação e Publicidade, Ciência da Computação e/ou Estudos de Negócios

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-inteligencia-artificial-marketing-comunicacao

Índice

01	Boas-vindas	pág. 4	02	Por que estudar na TECH?	pág. 6	03	Por que o nosso programa?	pág. 10	04	Objetivos	pág. 14
			05	Competências	pág. 20	06	Estrutura e conteúdo	pág. 24	07	Metodologia	pág. 44
			08	Perfil dos nossos alunos	pág. 52	09	Direção do curso	pág. 56	10	Impacto para a sua carreira	pág. 60
						11	Benefícios para a sua empresa	pág. 64	12	Certificado	pág. 68

01

Boas-vindas

A Inteligência Artificial (IA) forneceu ferramentas e recursos inovadores que otimizam a tomada de decisões e a interação com os consumidores. Sua importância está na capacidade de analisar enormes conjuntos de dados, identificar padrões, tendências e comportamento do consumidor em tempo real, permitindo que as empresas personalizem as estratégias de marketing e comunicação de forma precisa e eficaz. Além disso, por meio do processamento de linguagem natural, ele permite a automação da interação com o cliente por meio de chatbots e assistentes virtuais, o que agiliza o atendimento ao cliente e fortalece o relacionamento com a marca. Por esse motivo, a TECH criou este programa acadêmico totalmente online, baseado na revolucionária metodologia Relearning.



Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação
TECH Universidade Tecnológica

“

A Inteligência Artificial revolucionou o mundo do Marketing, otimizando a eficácia das estratégias e promovendo um relacionamento mais próximo e personalizado com os clientes”

02

Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de negócios 100% online do mundo. Trata-se de uma Escola de Negócios de elite, com o mais alto nível acadêmico. Um centro internacional de alto desempenho e de capacitação intensiva das habilidades de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para ajudá-lo a alcançar o sucesso empresarial”

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único, com o mais alto reconhecimento internacional, que proporcionará ao aluno os elementos-chave para se desenvolver em um mundo que está em constante mudança, onde a inovação deve ser a principal aposta de todos os empresários.

"Caso de Sucesso Microsoft Europa" por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso



Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes

+500

acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual será possível aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes lugares do mundo, reunindo as últimas informações que melhor se adequam à sua ideia de negócio

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades

A TECH busca a excelência e, para isso, possui uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análise

A TECH explora o lado crítico do aluno, sua capacidade de questionar as coisas, suas habilidades interpessoais e de resolução de problemas



Excelência acadêmica

A TECH oferece aos alunos a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método *Relearning* (metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10 mil cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade



Aprenda com os melhores

Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios

Professores de 20 nacionalidades diferentes



Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico”

03

Por que o nosso programa?

Estudar na TECH significa multiplicar suas chances de alcançar sucesso profissional na alta gestão empresarial.

É um desafio que exige esforço e dedicação, mas que abre as portas para um futuro promissor. O aluno irá aprender com a melhor equipe de professores e através da mais flexível e inovadora metodologia educacional.



“

Contamos com o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer a você uma capacitação do mais alto nível acadêmico”

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo

70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na alta gestão empresarial

Estudar na TECH significa abrir as portas para um cenário profissional de grande importância, para que o aluno possa se posicionar como um gestor de alto nível, com uma ampla visão do ambiente internacional

Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança

45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e vontade de crescer. Assim, poderão dividir parceiros, clientes ou fornecedores

Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos de negócio de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa

20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar *soft skills* e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença

Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.

08

Participar de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes companhias, instituições de prestígio, além de professores qualificados de universidades prestigiadas no mundo: a comunidade TECH Global University

Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores reconhecida internacionalmente.

04 Objetivos

Esse programa define objetivos ambiciosos: desde equipar os alunos com uma compreensão profunda de como a IA transforma o cenário de Marketing e Comunicação até capacitá-los a projetar estratégias inovadoras com base em dados precisos e análises preditivas. Dessa forma, os profissionais poderão conduzir campanhas personalizadas, usando a IA para decifrar tendências, antecipar necessidades e cultivar relacionamentos sólidos com diversos públicos.



“

Este Executive Master marcará seu caminho para criar experiências impactantes e significativas para os consumidores de amanhã”

Na TECH, os objetivos dos alunos são os nossos objetivos
Trabalhamos juntos para alcançá-los

O Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação capacitará o aluno para:

01

Compreender os princípios da transformação do marketing digital por meio do uso de IA e dominar o uso de ferramentas para otimizar as estratégias de SEO e SEM

04

Utilizar IA e *Email Marketing* para personalização e automação avançada em campanhas

02

Aplicar técnicas de IA na gestão e análise de mídias sociais para aumentar o alcance e a interação e melhorar a comunicação com os clientes em diferentes plataformas

03

Projetar e desenvolver *chatbots* e assistentes virtuais eficazes para estratégias de marketing digital, aplicando também técnicas de análise preditiva e *Big Data*

05

Dominar a engenharia de *prompt* em ChatGPT e geração de imagens por IA para otimizar a interação de campanhas de marketing e a geração de conteúdo para blogs e redes sociais



06

Aplicar técnicas de IA na criação de vídeos para enriquecer e diversificar o conteúdo audiovisual em marketing

08

Desenvolver métodos de avaliação e medição para analisar o impacto do conteúdo gerado por IA nas estratégias de marketing

09

Implementar estratégias para automação de processos de marketing usando IA, integrando com eficiência diversos dados e plataformas

07

Integrar estrategicamente o conteúdo gerado por IA em estratégias abrangentes de marketing digital, pesquisando e antecipando tendências futuras para ficar à frente da curva

10

Aplicar técnicas de IA para otimizar campanhas publicitárias, maximizando sua eficácia, e personalizar públicos para uma segmentação precisa e eficaz



11

Utilizar IA em *Email Marketing* para automatizar processos e personalizar campanhas de forma avançada

12

Realizar análise de sentimento de IA em mídias sociais e *feedback* de clientes para entender percepções e opiniões, otimizar preços e promoções para uma estratégia de *pricing* mais eficaz

13

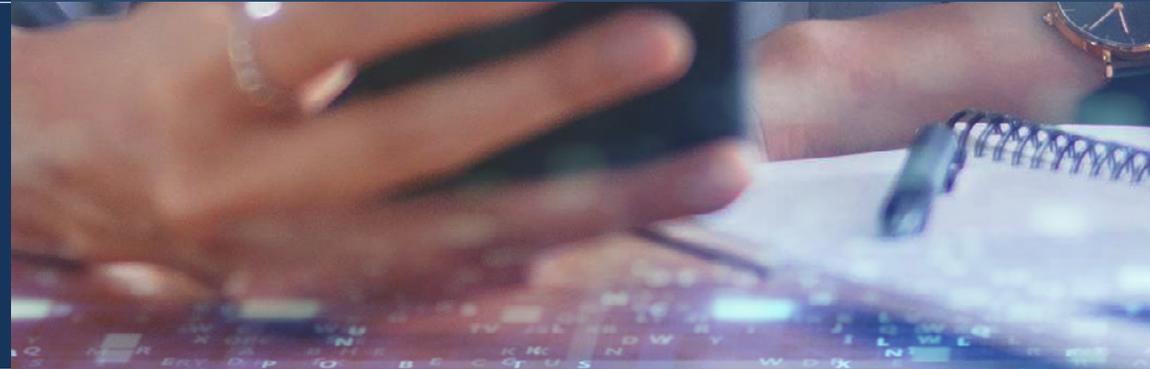
Aplicar técnicas de IA na análise de grandes volumes de dados para obter informações relevantes em Marketing

14

Utilizar ferramentas de visualização de dados com IA para gerar relatórios precisos e compreensíveis sobre campanhas e comunicações

15

Aplicar IA na pesquisa de mercado para identificar tendências e padrões relevantes, segmentando-os de forma precisa e eficaz



16

Implementar a análise preditiva no marketing para apoiar a tomada de decisões estratégicas

18

Dominar técnicas e ferramentas para *scoring de leads*, identificando e priorizando oportunidades de alto potencial

19

Implementar IA na gestão das relações com os clientes para melhorar a interação e a satisfação, bem como para prever suas necessidades

17

Utilizar a IA para medir o retorno sobre o investimento (ROI) em marketing para avaliar a eficácia das estratégias

20

Conduzir uma análise competitiva com IA para identificar pontos fortes, pontos fracos e oportunidades no mercado

05

Competências

Este Executive Master preparará os profissionais para liderar na vanguarda do marketing digital, equipando-os com habilidades especializadas em Inteligência Artificial. Assim, poderá adquirir habilidades avançadas em geração de conteúdo com IA, automação de processos, análise de dados e tomada de decisões com base em IA, além de vendas orientadas por IA. Os alunos não só estarão aptos a implementar tecnologias de ponta, mas também estarão preparados para antecipar e aproveitar as tendências emergentes, oferecendo uma vantagem competitiva em um mercado de trabalho dinâmico e em constante evolução.





“

Você estará totalmente qualificado para implementar a Inteligência Artificial em ambientes de negócios, gerando um impacto tangível e rápido”

01

Aplicar ferramentas de IA para otimizar SEO, SEM e melhorar a visibilidade do mecanismo de pesquisa

02

Implementar a automação e a análise preditiva de redes sociais para aumentar a presença online

03

Criar *prompts* eficazes no ChatGPT e obter resultados direcionados a geração de conteúdo

04

Aplicar ferramentas como Midjourney e DALL-E para criação de imagens e Fliki para geração de vídeos, desenvolvendo habilidades práticas na criação de conteúdo visual com IA

05

Personalizar as experiências do usuário em sites e aplicativos usando técnicas avançadas de IA



06

Usar as principais ferramentas de análise de dados com IA, incluindo técnicas de mineração de dados, para *Big Data*, visualização de dados e modelagem preditiva

08

Aplicar a análise de sentimentos com IA em redes sociais e *feedback* de clientes otimizando a interação e melhorando a percepção da marca

09

Dominar a automação e a otimização da compra de anúncios online por meio da publicidade programática com IA

07

Desenvolver, integrar e gerenciar chatbots e assistentes virtuais para melhorar a interação com os clientes

10

Aplicar IA em estratégias para *Email Marketing* para personalização e automação de campanhas



06

Estrutura e conteúdo

O Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação foi projetado para abordar tópicos exclusivos e avançados. A inclusão de módulos específicos, como "Geração de conteúdo com IA" e "Automação e otimização de processos de marketing com IA", proporcionará uma profundidade inigualável em áreas importantes. O foco na ética, nas tendências futuras e na integração de histórias de sucesso proporcionará uma compreensão abrangente e prática de como a IA está redefinindo as estratégias atuais de marketing digital.



“

Você adquirirá as habilidades e competências fundamentais para incorporar recursos de Inteligência Artificial à gestão de vendas e à geração de leads”

Plano de estudos

Este Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação se destaca por sua abordagem abrangente e avançada. A diversidade de módulos, que inclui áreas como geração de conteúdo, automação e otimização de processos, análise de dados e tomada de decisões com base em IA, além de vendas e geração de leads, proporcionará aos profissionais uma perspectiva holística sobre como integrar a Inteligência Artificial a várias facetas do Marketing Digital.

Diferentemente de outros programas, este se diferencia por oferecer um conteúdo abrangente que vai desde os fundamentos essenciais até as tendências futuras, garantindo que os alunos adquiram conhecimentos aprofundados e atualizados. Além disso, não se concentrará apenas na teoria, mas também oferecerá aplicação prática por meio de estudos de caso e histórias de sucesso, permitindo que os alunos desenvolvam habilidades práticas e estratégicas.

Além disso, uma atenção especial às considerações éticas e às tendências futuras garantirá que os alunos estejam preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades emergentes no campo dinâmico da Inteligência Artificial em Marketing. Trata-se de um programa de estudos focado no aprimoramento profissional para atingir os objetivos de trabalho e é oferecido por meio de um sistema de aprendizagem online inovador e flexível, permitindo que os participantes combinem o ensino com suas outras funções.

Dessa forma, para facilitar a assimilação e a retenção de todos os conceitos, a TECH baseia todos os seus programas na metodologia inovadora e eficaz do *Relearning*. Com essa abordagem, os alunos fortalecerão sua compreensão por meio da repetição de conceitos-chave, apresentados em uma variedade de formatos audiovisuais para uma aquisição natural e gradual de habilidades.

Este Executive Master tem duração de 24 meses e é dividido em 20 módulos:

Módulo 1	Fundamentos da Inteligência Artificial
Módulo 2	Tipos e ciclo de vida dos dados
Módulo 3	Dados em Inteligência Artificial
Módulo 4	Mineração de dados. Seleção, pré-processamento e transformação
Módulo 5	Algoritmo e complexidade em Inteligência Artificial
Módulo 6	Sistemas inteligentes
Módulo 7	Machine learning e mineração de dados
Módulo 8	Redes neurais como base do <i>Deep Learning</i>
Módulo 9	Treinamento de redes neurais profundas
Módulo 10	Personalização de modelos e treinamento com <i>TensorFlow</i>

Módulo 11 *Deep Computer Vision* com Redes Neurais Convolucionais

Módulo 12 Processamento de Linguagem Natural (PLN) com Redes Neurais Recorrentes (RNN) e Atenção

Módulo 13 *Autoencoders, GANs* e Modelos de Difusão

Módulo 14 Computação bioinspirada

Módulo 15 Inteligência Artificial: Estratégias e aplicações

Módulo 16 Inteligência Artificial em estratégias de marketing digital

Módulo 17 Geração de conteúdo com IA

Módulo 18 Automatização e otimização dos processos de marketing com IA

Módulo 19 Análise de dados de comunicação e marketing para tomada de decisões

Módulo 20 Vendas e geração de *leads* com Inteligência Artificial

Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de realizar este Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação totalmente online. Durante os 12 meses de capacitação você poderá acessar todo o conteúdo deste programa a qualquer momento, o que lhe permite gerenciar o seu tempo de estudo

*Uma experiência
de capacitação única,
fundamental e decisiva
para impulsionar seu
crescimento profissional.*

Módulo 1. Fundamentos da Inteligência Artificial

1.1. História da inteligência artificial

- 1.1.1. Quando começamos a falar de inteligência artificial?
- 1.1.2. Referências no cinema
- 1.1.3. Importância da inteligência artificial
- 1.1.4. Tecnologias que habilitam e dão suporte à inteligência artificial

1.2. Inteligência Artificial em jogos

- 1.2.1. Teoria dos jogos
- 1.2.2. *Minimax* e poda Alfa-Beta
- 1.2.3. Simulação: Monte Carlo

1.3. Redes de neurônios

- 1.3.1. Fundamentos biológicos
- 1.3.2. Modelo computacional
- 1.3.3. Redes de neurônios supervisionadas e não supervisionadas
- 1.3.4. Perceptron simples
- 1.3.5. Perceptrão multicamadas

1.4. Algoritmos genéticos

- 1.4.1. História
- 1.4.2. Base biológica
- 1.4.3. Codificação de problemas
- 1.4.4. Geração da população inicial
- 1.4.5. Algoritmo principal e operadores genéticos
- 1.4.6. Avaliação de indivíduos: Fitness

1.5. Tesouros, vocabulários, taxonomias

- 1.5.1. Vocabulários
- 1.5.2. Taxonomias
- 1.5.3. Tesouros
- 1.5.4. Ontologias
- 1.5.5. Representação do conhecimento: web semântica

1.6. Web Semântica

- 1.6.1. Especificações RDF, RDFS e OWL
- 1.6.2. Inferência/raciocínio
- 1.6.3. *Linked Data*

1.7. Sistemas especializados e DSS

- 1.7.1. Sistemas especializados
- 1.7.2. Sistemas de suporte à decisão

1.8. Chatbots e assistentes virtuais

- 1.8.1. Tipos de assistentes: assistentes de voz e texto
- 1.8.2. Partes fundamentais para o desenvolvimento de um assistente: *Intenções*, entidades e fluxo de diálogo
- 1.8.3. Integração Web, *Slack*, *Whatsapp*, *Facebook*
- 1.8.4. Ferramentas para o desenvolvimento de assistentes: *Dialog Flow*, *Watson Assistant*

1.9. Estratégia de implementação da IA

1.10. O futuro da inteligência artificial

- 1.10.1. Entendemos como detectar emoções através de algoritmos
- 1.10.2. Criar uma personalidade: linguagem, expressões e conteúdo
- 1.10.3. Tendências da inteligência artificial
- 1.10.4. Reflexões

Módulo 2. Tipos e Ciclo de Vida dos Dados**2.1. Estatísticas**

- 2.1.1. Estatísticas: descritivas e inferências
- 2.1.2. População, amostra, individual
- 2.1.3. Variáveis: definição, escalas de medição

2.2. Tipos de dados estatísticos

- 2.2.1. De acordo com o tipo
 - 2.2.1.1. Quantitativos: dados contínuos e dados discretos
 - 2.2.1.2. Qualitativo: dados binomiais, dados nominais, dados ordinais
- 2.2.2. De acordo com sua forma
 - 2.2.2.1. Numérico
 - 2.2.2.2. Texto
 - 2.2.2.3. Lógico
- 2.2.3. De acordo com a fonte
 - 2.2.3.1. Primários
 - 2.2.3.2. Secundários

2.3. Ciclo de vida dos dados

- 2.3.1. Etapas do ciclo
- 2.3.2. Marcos do ciclo
- 2.3.3. Princípios FAIR

2.4. Etapas iniciais do ciclo

- 2.4.1. Definição de objetivos
- 2.4.2. Determinação de recursos necessários
- 2.4.3. Diagrama de Gantt
- 2.4.4. Estruturas dos dados

2.5. Coleta de dados

- 2.5.1. Metodologia de coleta
- 2.5.2. Ferramentas de coleta
- 2.5.3. Canais de coleta

2.6. Limpeza de dados

- 2.6.1. Fases da limpeza de dados
- 2.6.2. Qualidade dos dados
- 2.6.3. Manipulação de dados (com R)

2.7. Análise de dados, interpretação e avaliação dos resultados

- 2.7.1. Medidas estatísticas
- 2.7.2. Índices de relação
- 2.7.3. Mineração de dados

2.8. Armazém de dados (datawarehouse)

- 2.8.1. Elementos que o compõem
- 2.8.2. Desenho
- 2.8.3. Aspectos a considerar

2.9. Disponibilidade de dados

- 2.9.1. Acesso
- 2.9.2. Utilidade
- 2.9.3. Segurança

2.10. Aspectos regulamentares

- 2.10.1. Lei Geral de Proteção de Dados
- 2.10.2. Boas práticas
- 2.10.3. Outros aspectos regulamentares

Módulo 3. Dados em Inteligência Artificial**3.1. Ciência de dados**

- 3.1.1. Ciência de dados
- 3.1.2. Ferramentas avançadas para o cientista de dados

3.2. Dados, informações e conhecimentos

- 3.2.1. Dados, informações e conhecimentos
- 3.2.2. Tipos de dados
- 3.2.3. Fontes de dados

3.3. De dados a informações

- 3.3.1. Análise de dados
- 3.3.2. Tipos de análise
- 3.3.3. Extração de informações de um *Dataset*

3.4. Extração de informações através da visualização

- 3.4.1. A visualização como ferramenta de análise
- 3.4.2. Métodos de visualização
- 3.4.3. Visualização de um conjunto de dados

3.5. Qualidade dos dados

- 3.5.1. Dados de qualidade
- 3.5.2. Limpeza de dados
- 3.5.3. Pré-processamento básico de dados

3.6. Dataset

- 3.6.1. Enriquecimento do *Dataset*
- 3.6.2. A maldição da dimensionalidade
- 3.6.3. Modificação de nosso conjunto de dados

3.7. Desequilíbrio

- 3.7.1. Desequilíbrio de classes
- 3.7.2. Técnicas de mitigação do desequilíbrio
- 3.7.3. Equilíbrio de um *Dataset*

3.8. Modelos não supervisionados

- 3.8.1. Modelo não supervisionado
- 3.8.2. Métodos
- 3.8.3. Classificação com modelos não supervisionados

3.9. Modelos supervisionados

- 3.9.1. Modelo supervisionado
- 3.9.2. Métodos
- 3.9.3. Classificação com modelos supervisionados

3.10. Ferramentas e práticas recomendadas

- 3.10.1. Práticas recomendadas para um cientista de dados

- 3.10.2. O melhor modelo
- 3.10.3. Ferramentas úteis

Módulo 4. Mineração de dados Seleção, pré-processamento e transformação

4.1. Inferência estatística

- 4.1.1. Estatística descritiva vs. Inferência estatística
- 4.1.2. Procedimentos paramétricos
- 4.1.3. Procedimentos paramétricos

4.2. Análise exploratória

- 4.2.1. Análise descritiva
- 4.2.2. Visualização
- 4.2.3. Preparação dos dados

4.3. Preparação dos dados

- 4.3.1. Integração e limpeza de dados
- 4.3.2. Normalização de dados
- 4.3.3. Transformando atributos

4.4. Os Valores Perdidos

- 4.4.1. Tratamento de valores perdidos
- 4.4.2. Métodos de imputação de máxima verossimilhança
- 4.4.3. Imputação de valores perdidos utilizando a aprendizagem de máquinas

4.5. O ruído nos dados

- 4.5.1. Classes de ruído e seus atributos
- 4.5.2. Filtragem de ruídos
- 4.5.3. O efeito do ruído

4.6. A maldição da dimensionalidade

- 4.6.1. *Oversampling*
- 4.6.2. *Undersampling*
- 4.6.3. Redução de dados multidimensionais

4.7. De atributos contínuos a discretos

- 4.7.1. Dados contínuos versus discretos
- 4.7.2. Processo de discretização

4.8. Os dados

- 4.8.1. Seleção de dados
- 4.8.2. Perspectivas e critérios de seleção
- 4.8.3. Métodos de seleção

4.9. Seleção de Instâncias

- 4.9.1. Métodos para seleção de instâncias
- 4.9.2. Seleção de protótipos
- 4.9.3. Métodos avançados para seleção de instâncias

4.10. Pré-processamento de dados em ambientes Big Data

Módulo 5. Algoritmo e complexidade em Inteligência Artificial

5.1. Introdução às Estratégias de design de algoritmos

- 5.1.1. Recursividade
- 5.1.2. Divisão e conquista
- 5.1.3. Outras estratégias

5.2. Eficiência e análise de algoritmos

- 5.2.1. Medidas de eficiência
- 5.2.2. Como medir o tamanho da entrada
- 5.2.3. Como medir o tempo de execução
- 5.2.4. Melhor, pior e médio caso
- 5.2.5. Notação assintótica
- 5.2.6. Critérios de análise matemática para algoritmos não recursivos
- 5.2.7. Análise matemática de algoritmos recursivos
- 5.2.8. Análise empírica de algoritmos

5.3. Algoritmos de ordenação

- 5.3.1. Conceito de ordenação
- 5.3.2. Ordenação bolha (Bubble sort)
- 5.3.3. Ordenação por seleção (Selection sort)
- 5.3.4. Ordenação por inserção (Insertion Sort)
- 5.3.5. Ordenação por mistura (*merge_sort*)
- 5.3.6. Classificação rápida (*quick_sort*)

5.4. Algoritmos com árvores

- 5.4.1. Conceito de árvore
- 5.4.2. Árvores binárias
- 5.4.3. Caminhos de árvores
- 5.4.4. Representar expressões
- 5.4.5. Árvores binárias ordenadas
- 5.4.6. Árvores binárias balanceadas

5.5. Algoritmos com Heaps

- 5.5.1. Os Heaps
- 5.5.2. O algoritmo Heapsort
- 5.5.3. As filas de prioridade

5.6. Algoritmos com grafos

- 5.6.1. Representação
- 5.6.2. Caminho em largura
- 5.6.3. Caminho em profundidade
- 5.6.4. Ordenação topológica

5.7. Algoritmos Greedy

- 5.7.1. A estratégia Greedy
- 5.7.2. Elementos da estratégia Greedy
- 5.7.3. Conversor de moedas
- 5.7.4. Problema do Caixeiro Viajante
- 5.7.5. Problema da mochila

5.8. Busca do caminho mínimo

- 5.8.1. O problema do caminho mínimo
- 5.8.2. Arco e ciclos negativos
- 5.8.3. Algoritmo de Dijkstra

5.9. Algoritmos Greedy sobre Grafos

- 5.9.1. A árvore de extensão mínima
- 5.9.2. O algoritmo de Prim (algoritmo guloso)
- 5.9.3. O algoritmo de Kruskal
- 5.9.4. Análise de complexidade

5.10. Backtracking

- 5.9.1. O Backtracking
- 5.10.2. Técnicas alternativas

Módulo 6. Sistemas inteligentes**6.1. Teoria de Agentes**

- 6.1.1. História do conceito
- 6.1.2. Definição de agente
- 6.1.3. Agentes em Inteligência Artificial
- 6.1.4. Agentes em Engenharia de Software

6.2. Arquiteturas de agentes

- 6.2.1. O processo de raciocínio de um agente
- 6.2.2. Agentes reativos
- 6.2.3. Agentes dedutivos
- 6.2.4. Agentes híbridos
- 6.2.5. Comparativa

6.3. Informação e conhecimento

- 6.3.1. Distinção entre dados, informações e conhecimento
- 6.3.2. Avaliação da qualidade dos dados
- 6.3.3. Métodos de captura de dados
- 6.3.4. Métodos de aquisição de informações
- 6.3.5. Métodos de aquisição de conhecimentos

6.4. Representação do conhecimento

- 6.4.1. A importância da representação do conhecimento
- 6.4.2. Definição da representação do conhecimento através de suas funções
- 6.4.3. Características de uma representação do conhecimento

6.5. Ontologias

- 6.5.1. Introdução aos metadados
- 6.5.2. Conceito filosófico de ontologia
- 6.5.3. Conceito informático de ontologia
- 6.5.4. Ontologias de domínio e ontologias de nível superior
- 6.5.5. Como construir uma ontologia?

6.6. Linguagens para ontologias e software para criação de ontologias

- 6.6.1. Tríade RDF, *Turtle* e N
- 6.6.2. RDF Schema
- 6.6.3. OWL
- 6.6.4. SPARQL
- 6.6.5. Introdução às diferentes ferramentas para a criação de ontologias
- 6.6.6. Instalação e uso do *Protégé*

6.7. Web Semântica

- 6.7.1. O estado atual e futuro da segurança ad web semântica
- 6.7.2. Aplicações da web semântica

6.8. Outros modelos de representação do conhecimento

- 6.8.1. Vocabulários
- 6.8.2. Visão global
- 6.8.3. Taxonomias
- 6.8.4. Tesouros
- 6.8.5. Folksonomias
- 6.8.6. Comparativa
- 6.8.7. Mapas mentais

6.9. Avaliação e integração das representações do conhecimento

- 6.9.1. Lógica de ordem zero
- 6.9.2. Lógica de primeira ordem
- 6.9.3. Lógica descritiva
- 6.9.4. Relação entre diferentes tipos de lógica
- 6.9.5. *Prolog*: programação baseada em lógica de primeira ordem

6.10. Raciocinadores Semânticos, Sistemas Baseados no Conhecimento e Sistemas Especialistas

- 6.10.1. Conceito de raciocinador
- 6.10.2. Aplicações de um raciocinador
- 6.10.3. Sistemas baseados no conhecimento
- 6.10.4. MYCIN, história dos Sistemas Especialistas
- 6.10.5. Elementos e Arquitetura de Sistemas Especialistas
- 6.10.6. Criação de Sistemas Especialistas

Módulo 7. Machine learning e mineração de dados

7.1. Introdução aos processos de descoberta de conhecimento e conceitos básicos de machine learning

- 7.1.1. Conceitos-chave dos processos de descoberta do conhecimento
- 7.1.2. Perspectiva histórica dos processos de descoberta do conhecimento
- 7.1.3. Fases dos processos de descoberta do conhecimento
- 7.1.4. Técnicas utilizadas nos processos de descoberta do conhecimento
- 7.1.5. Características dos bons modelos de machine learning
- 7.1.6. Tipos de informações de machine learning
- 7.1.7. Noções básicas de aprendizagem
- 7.1.8. Noções básicas de aprendizagem não supervisionada

7.2. Exploração e pré-processamento de dados

- 7.2.1. Processamento de dados
- 7.2.2. Tratamento de dados no fluxo de análise de dados
- 7.2.3. Tipos de dados
- 7.2.4. Transformações de dados
- 7.2.5. Visualização e exploração de variáveis contínuas
- 7.2.6. Visualização e exploração de variáveis categóricas
- 7.2.7. Medidas de correlação
- 7.2.8. Representações gráficas mais comuns
- 7.2.9. Introdução à análise multivariada e redução da dimensionalidade

7.3. Árvore de decisão

- 7.3.1. Algoritmo ID
- 7.3.2. Algoritmo C
- 7.3.3. Overtraining e poda
- 7.3.4. Análise de resultados

7.4. Avaliação de classificadores

- 7.4.1. Matrizes de confusão
- 7.4.2. Matrizes de avaliação numérica
- 7.4.3. Estatístico de Kappa
- 7.4.4. Curvas Roc

7.5. Regras de classificação

- 7.5.1. Medidas de avaliação de regras
- 7.5.2. Introdução à representação gráfica
- 7.5.3. Algoritmo de sobreposição sequencial

7.6. Redes Neurais

- 7.6.1. Conceitos básicos
- 7.6.2. Redes de neurônios simples
- 7.6.3. Algoritmo de *backpropagation*
- 7.6.4. Introdução às redes neurais recorrentes

7.7. Métodos bayesianos

- 7.7.1. Conceitos básicas de probabilidade
- 7.7.2. Teorema de Bayes
- 7.7.3. Naive Bayes
- 7.7.4. Introdução às redes bayesianas

7.8. Modelos de regressão e de resposta contínua

- 7.8.1. Regressão linear simples
- 7.8.2. Regressão Linear Múltipla
- 7.8.3. Regressão logística
- 7.8.4. Árvores de regressão
- 7.8.5. Introdução às Máquinas de Vetores de Suporte (SVM)
- 7.8.6. Medidas de bondade do ajuste

7.9. Clustering

- 7.9.1. Conceitos básicos
- 7.9.2. Clustering hierárquico
- 7.9.3. Métodos probabilísticos
- 7.9.4. Algoritmo EM
- 7.9.5. Método *B-Cubed*
- 7.9.6. Métodos implícitos

7.10. Mineração de texto e processamento de linguagem natural (PNL)

- 7.10.1. Conceitos básicos
- 7.10.2. Criação do corpus
- 7.10.3. Análise descritiva
- 7.10.4. Introdução à análise de sentimentos

Módulo 8. Redes neurais como base do *Deep Learning*

8.1. Aprendizagem profunda 8.1.1. Tipos de aprendizagem profunda 8.1.2. Aplicativos de aprendizagem profunda 8.1.3. Vantagens e desvantagens da aprendizagem profunda	8.2. Operações 8.2.1. Soma 8.2.2. Produtos 8.2.3. Transferência	8.3. Camadas 8.3.1. Camada de entrada 8.3.2. Camada oculta 8.3.3. Camada de saída	8.4. União de Camadas e Operações 8.4.1. Design de arquiteturas 8.4.2. Conexão entre camadas 8.4.3. Propagação para frente
8.5. Construção da primeira rede neural 8.5.1. Design da rede 8.5.2. Definição dos pesos 8.5.3. Treinamento da rede	8.6. Treinador e Otimizador 8.6.1. Seleção do otimizador 8.6.2. Definição de uma função de perda 8.6.3. Definição de uma métrica	8.7. Aplicação dos princípios das redes neurais 8.7.1. Funções de ativação 8.7.2. Retropropagação 8.7.3. Ajuste dos parâmetros	8.8. Dos neurônios biológicos para os artificiais 8.8.1. Funcionamento de um neurônio biológico 8.8.2. Transferência de conhecimento para os neurônios artificiais 8.8.3. Estabelecimento de relações entre ambos
8.9. Implementação de MLP (Perceptron multicamadas) com Keras 8.9.1. Definição da estrutura da rede 8.9.2. Compilação do modelo 8.9.3. Treinamento do modelo	8.10. Hiperparâmetros de <i>Fine tuning</i> de Redes Neurais 8.10.1. Seleção da função de ativação 8.10.2. Estabelecer o <i>learning rate</i> 8.10.3. Ajuste dos pesos		

Módulo 9. Treinamento de redes neurais profundas

9.1. Problemas de Gradientes 9.1.1. Técnicas de otimização de gradiente 9.1.2. Gradientes Estocásticos 9.1.3. Técnicas de inicialização de pesos	9.2. Reutilização de camadas pré-treinadas 9.2.1. Treinamento de transferência de aprendizagem 9.2.2. Extração de características 9.2.3. Aprendizado profundo	9.3. Otimizadores 9.3.1. Otimizadores de descida de gradiente estocástico 9.3.2. Otimizadores Adam e <i>RMSprop</i> 9.3.3. Otimizadores de momento	9.4. Programação da taxa de aprendizagem 9.4.1. Controle de taxa de aprendizagem automática 9.4.2. Ciclos de aprendizagem 9.4.3. Termos de suavização
9.5. Sobreajuste 9.5.1. Validação cruzada 9.5.2. Regularização 9.5.3. Métricas de avaliação	9.6. Diretrizes práticas 9.6.1. Design de modelos 9.6.2. Seleção de métricas e parâmetros de avaliação 9.6.3. Testes de hipóteses	9.7. <i>Transfer Learning</i> 9.7.1. Treinamento de transferência de aprendizagem 9.7.2. Extração de características 9.7.3. Aprendizado profundo	9.8. <i>Data Augmentation</i> 9.8.1. Transformações de imagem 9.8.2. Geração de dados sintéticos 9.8.3. Transformação de texto
9.9. Aplicação prática de <i>Transfer Learning</i> 9.9.1. Treinamento de transferência de aprendizagem 9.9.2. Extração de características 9.9.3. Aprendizado profundo	9.10. Regularização 9.10.1. L e L 9.10.2. Regularização por máxima entropia 9.10.3. <i>Dropout</i>		

Módulo 10. Personalização de Modelos e Treinamento com *TensorFlow*

10.1. *TensorFlow*

- 10.1.1. Uso da biblioteca *TensorFlow*
- 10.1.2. Treinamento de modelos com *TensorFlow*
- 10.1.3. Operações com gráficos no *TensorFlow*

10.2. *TensorFlow* e NumPy

- 10.2.1. Ambiente computacional NumPy para *TensorFlow*
- 10.2.2. Utilização de arrays NumPy com *TensorFlow*
- 10.2.3. Operações NumPy para gráficos do *TensorFlow*

10.3. Personalização de modelos e algoritmos de treinamento

- 10.3.1. Construção de modelos personalizados com *TensorFlow*
- 10.3.2. Gestão de parâmetros de treinamento
- 10.3.3. Utilização de técnicas de otimização para treinamento

10.4. Funções e gráficos do *TensorFlow*

- 10.4.1. Funções com *TensorFlow*
- 10.4.2. Utilização de gráficos para treinamento de modelos
- 10.4.3. Otimização de gráficos com operações do *TensorFlow*

10.5. Carregamento e pré-processamento de dados com *TensorFlow*

- 10.5.1. Carregamento de conjuntos de dados com *TensorFlow*
- 10.5.2. Pré-processamento de dados com *TensorFlow*
- 10.5.3. Utilização de ferramentas do *TensorFlow* para manipulação de dados

10.6. API *tfddata*

- 10.6.1. Utilização da API *tfddata* para processamento de dados
- 10.6.2. Construção de fluxos de dados com *tfddata*
- 10.6.3. Uso da API *tfddata* para treinamento de modelos

10.7. O formato *TFRecord*

- 10.7.1. Utilização da API *TFRecord* para serialização de dados
- 10.7.2. Carregamento de arquivos *TFRecord* com *TensorFlow*
- 10.7.3. Utilização de arquivos *TFRecord* para treinamento de modelos

10.8. Camadas de pré-processamento do Keras

- 10.8.1. Utilização da API de pré-processamento do Keras
- 10.8.2. Construção de *pipelined* de pré-processamento com Keras
- 10.8.3. Uso da API de pré-processamento do Keras para treinamento de modelos

10.9. Projeto *TensorFlow Datasets*

- 10.9.1. Utilização do *TensorFlow Datasets* para carregamento de dados
- 10.9.2. Pré-processamento de dados com o *TensorFlow Datasets*
- 10.9.3. Uso do *TensorFlow Datasets* para treinamento de modelos

10.10. Construção de uma aplicação de *Deep Learning* com *TensorFlow*

- 10.10.1. Aplicação Prática
- 10.10.2. Construção de uma aplicação de *Deep Learning* com *TensorFlow*
- 10.10.3. Treinamento de um modelo com *TensorFlow*
- 10.10.4. Utilização da aplicação para previsão de resultados

Módulo 11. Deep Computer Vision com Redes Neurais Convolucionais**11.1. A Arquitetura do Visual Cortex**

- 11.1.1. Funções do córtex visual
- 11.1.2. Teorias da visão computacional
- 11.1.3. Modelos de processamento de imagens

11.2. Camadas convolucionais

- 11.2.1. Reutilização de pesos na convolução
- 11.2.2. Convolução D
- 11.2.3. Funções de ativação

11.3. Camadas de agrupamento e implementação de camadas de agrupamento com o Keras

- 11.3.1. *Agrupamento e Deslocamento*
- 11.3.2. Flattening
- 11.3.3. Tipos de *Pooling*

11.4. Arquiteturas CNN

- 11.4.1. Arquitetura VGG
- 11.4.2. Arquitetura *AlexNet*
- 11.4.3. Arquitetura *ResNet*

11.5. Implementação de uma CNN ResNet- usando o Keras

- 11.5.1. Inicialização de pesos
- 11.5.2. Definição da camada de entrada
- 11.5.3. Definição da saída

11.6. Uso de modelos pré-treinados do Keras

- 11.6.1. Características dos modelos pré-treinados
- 11.6.2. Usos dos modelos pré-treinados
- 11.6.3. Vantagens dos modelos pré-treinados

11.7. Modelos pré-treinados para aprendizado por transferência

- 11.7.1. Aprendizagem por transferência
- 11.7.2. Processo de aprendizagem por transferência
- 11.7.3. Vantagens do aprendizado por transferência

11.8. Classificação e localização em Deep Computer Vision

- 11.8.1. Classificação de imagens
- 11.8.2. Localização de objetos em imagens
- 11.8.3. Detecção de objetos

11.9. Detecção e rastreamento de objetos

- 11.9.1. Métodos de detecção de objetos
- 11.9.2. Algoritmos de rastreamento de objetos
- 11.9.3. Técnicas de rastreamento e localização

11.10. Segmentação semântica

- 11.10.1. Aprendizagem profunda para segmentação semântica
- 11.10.2. Detecção de bordas
- 11.10.3. Métodos de segmentação baseados em regras

Módulo 12. Processamento de Linguagem Natural (PLN) com Redes Neurais Recorrentes (RNN) e Atenção

12.1. Geração de texto usando RNN

- 12.1.1. Treinamento de uma RNN para geração de texto
- 12.1.2. Geração de linguagem natural com RNN
- 12.1.3. Aplicações de geração de texto com RNN

12.2. Criação do conjunto de dados de treinamento

- 12.2.1. Preparação dos dados para treinamento de uma RNN
- 12.2.2. Armazenamento do conjunto de dados de treinamento
- 12.2.3. Limpeza e transformação dos dados
- 12.2.4. Análise de sentimento

12.3. Classificação de opiniões com RNN

- 12.3.1. Detecção de temas nos comentários
- 12.3.2. Análise de sentimento com algoritmos de aprendizagem profunda

12.4. Rede codificador-decodificador para tradução automática neural

- 12.4.1. Treinamento de uma RNN para tradução automática
- 12.4.2. Uso de uma rede *encoder-decoder* para tradução automática
- 12.4.3. Aumento da precisão da tradução automática com RNN

12.5. Mecanismos de atenção

- 12.5.1. Aplicação de mecanismos de atenção em RNN
- 12.5.2. Uso de mecanismos de atenção para melhorar a precisão dos modelos
- 12.5.3. Vantagens dos mecanismos de atenção em redes neurais

12.6. Modelos *Transformers*

- 12.6.1. Uso de modelos *Transformers* para processamento de linguagem natural
- 12.6.2. Aplicação de modelos *Transformers* para visão
- 12.6.3. Vantagens dos modelos *Transformers*

12.7. *Transformers* para visão

- 12.7.1. Uso de modelos *Transformers* para visão
- 12.7.2. Processamento de dados Imagem
- 12.7.3. Treinamento de modelos *Transformers* para visão

12.8. Biblioteca *Transformers* de *Hugging Face*

- 12.8.1. Uso da Biblioteca *Transformers* de *Hugging Face*
- 12.8.2. Aplicação da Biblioteca *Transformers* de *Hugging Face*
- 12.8.3. Vantagens da Biblioteca *Transformers* de *Hugging Face*

12.9. Outras bibliotecas *Transformers*. Comparativa

- 12.9.1. Comparação entre as diferentes bibliotecas *Transformers*
- 12.9.2. Uso das diferentes bibliotecas *Transformers*
- 12.9.3. Vantagens das diferentes bibliotecas *Transformers*

12.10. Desenvolvimento de um aplicativo de PLN com RNN e atenção. Aplicação Prática

- 12.10.1. Desenvolvimento de um aplicativo de processamento de linguagem natural com RNN e atenção
- 12.10.2. Uso de RNN, mecanismos de atenção e modelos *Transformers* no aplicativo
- 12.10.3. Avaliação da aplicação prática

Módulo 13. Autoencoders, GANs, e Modelos de Difusão**13.1. Representação de dados eficientes**

- 13.1.1. Redução da dimensionalidade
- 13.1.2. Aprendizado profundo
- 13.1.3. Representações compactas

13.2. Realização de PCA com um codificador automático linear incompleto

- 13.2.1. Processo de treinamento
- 13.2.2. Implementação em Python
- 13.2.3. Utilização de dados de teste

13.3. Codificadores automáticos empilhados

- 13.3.1. Redes neurais profundas
- 13.3.2. Construção de arquiteturas de codificação
- 13.3.3. Uso da regularização

13.4. Autoencoders convolucionais

- 13.4.1. Design de modelos convolucionais
- 13.4.2. Treinamento de modelos convolucionais
- 13.4.3. Avaliação de resultados

13.5. Eliminação de ruído de codificadores automáticos

- 13.5.1. Aplicação de filtros
- 13.5.2. Design de modelos de codificação
- 13.5.3. Uso de técnicas de regularização

13.6. Codificadores automáticos dispersos

- 13.6.1. Aumentando a eficiência da codificação
- 13.6.2. Minimizando o número de parâmetros
- 13.6.3. Utilização de técnicas de regularização

13.7. Codificadores automáticos variacionais

- 13.7.1. Utilização de otimização variacional
- 13.7.2. Aprendizagem profunda não supervisionada
- 13.7.3. Representações latentes profundas

13.8. Geração de imagens MNIST de moda

- 13.8.1. Reconhecimento de padrões
- 13.8.2. Geração de imagens
- 13.8.3. Treinamento de redes neurais profundas

13.9. Redes adversárias generativas e modelos de difusão

- 13.9.1. Geração de conteúdo a partir de imagens
- 13.9.2. Modelagem de distribuições de dados
- 13.9.3. Uso de redes adversárias

13.10. Implementação dos Modelos

- 13.10.1. Aplicação Prática
- 13.10.2. Implementação dos modelos
- 13.10.3. Uso de dados reais
- 13.10.4. Avaliação de resultados

Módulo 14. Computação bioinspirada**14.1. Introdução à computação bioinspirada**

- 14.1.1. Introdução à computação bioinspirada

14.2. Algoritmos de adaptação social

- 14.2.1. Computação bioinspirada baseada em colônias de formigas
- 14.2.2. Variantes dos algoritmos das colônias de formigas
- 14.2.3. Computação baseada em nuvens de partículas

14.3. Algoritmos genéticos

- 14.3.1. Estrutura geral
- 14.3.2. Implementações dos principais operadores

14.4. Estratégias de exploração do espaço para algoritmos genéticos

- 14.4.1. Algoritmo CHC
- 14.4.2. Problemas multimodais

14.5. Modelos de computação evolutiva (I)

- 14.5.1. Estratégias evolutivas
- 14.5.2. Programação evolutiva
- 14.5.3. Algoritmos baseados na evolução diferencial

14.6. Modelos de computação evolutiva (II)

- 14.6.1. Modelos de evolução baseados em estimativas de distribuições (EDA)
- 14.6.2. Programação genética

14.7. Programação evolutiva aplicada a dificuldades de aprendizagem

- 14.7.1. Aprendizagem baseada em regras
- 14.7.2. Métodos evolutivos em problemas de seleção de instâncias

14.8. Problemas multiobjetivo

- 14.8.1. Conceito de dominância
- 14.8.2. Aplicação de algoritmos evolutivos a problema multiobjetivo

14.9. Redes neurais (I)

- 14.9.1. Introdução às redes neurais
- 14.9.2. Exemplo prático com redes neurais

14.10. Redes neurais (II)

- 14.10.1. Casos de uso de redes neurais na pesquisa médica
- 14.10.2. Casos de uso de redes neurais em economia
- 14.10.3. Casos de uso de redes neurais em visão artificial

Módulo 15. Inteligência Artificial: estratégias e aplicativos

15.1. Serviços financeiros

- 15.1.1. As implicações da Inteligência Artificial (IA) nos serviços financeiros. Oportunidades e desafios
- 15.1.2. Casos de uso
- 15.1.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.1.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.2. Implicações da Inteligência Artificial na área de saúde

- 15.2.1. Implicações da IA no setor da saúde Oportunidades e desafios
- 15.2.2. Casos de uso

15.3. Riscos relacionados ao uso de IA na área de saúde

- 15.3.1. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.3.2. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.4. Retail

- 15.4.1. Participação da IA no Varejo Oportunidades e desafios
- 15.4.2. Casos de uso
- 15.4.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.4.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.5. Indústria

- 15.5.1. Participação da IA na Indústria. Oportunidades e desafios
- 15.5.2. Casos de uso

15.6. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA na indústria

- 15.6.1. Casos de uso
- 15.6.2. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.6.3. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.7. Administração pública

- 15.7.1. Implicações da IA na administração pública. Oportunidades e desafios
- 15.7.2. Casos de uso
- 15.7.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.7.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.8. Educação

- 15.8.1. Implicações da IA na educação. Oportunidades e desafios
- 15.8.2. Casos de uso
- 15.8.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.8.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.9. Silvicultura e agricultura

- 15.9.1. Implicações da IA para a silvicultura e agricultura Oportunidades e desafios
- 15.9.2. Casos de uso
- 15.9.3. Riscos potenciais relacionados ao uso de IA
- 15.9.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

15.10. Recursos Humanos

- 15.10.1. Participação da IA nos Recursos Humanos Oportunidades e desafios
- 15.10.2. Casos de uso
- 15.10.3. Potenciais riscos relacionados ao uso de IA
- 15.10.4. Potenciais desenvolvimentos/utilizações futuras da IA

Módulo 16. Inteligência Artificial em estratégias de marketing digital**16.1. Transformação do marketing digital com IA o ChatGPT**

- 16.1.1. Introdução à Transformação Digital
- 16.1.2. Impacto na estratégia de conteúdo
- 16.1.3. Automação do processo de marketing
- 16.1.4. Desenvolvimento da experiência do cliente

16.2. Ferramentas de IA para SEO e SEM: KeywordInsights e Diib

- 16.2.1. Otimização de palavras-chave com IA
- 16.2.2. Análise da concorrência
- 16.2.3. Previsões de tendências de pesquisa
- 16.2.4. Segmentação de audiência inteligente

16.3. Aplicação de IA nas redes sociais

- 16.3.1. Análise de sentimento com a MonkeyLearn
- 16.3.2. Detecção de tendências sociais
- 16.3.3. Automação de publicações com o Metricool
- 16.3.4. Geração automatizada de conteúdo com a Predis

16.4. Ferramentas de IA para comunicação com o cliente

- 16.4.1. Chatbots personalizados usando o Dialogflow
- 16.4.2. Sistemas automatizados de resposta por e-mail usando o Mailchimp
- 16.4.3. Otimização de respostas em tempo real usando o Freshchat
- 16.4.4. Análise de feedback do cliente usando o SurveyMonkey

16.5. Personalização da experiência do usuário com IA

- 16.5.1. Recomendações personalizadas
- 16.5.2. Adaptação da interface do usuário
- 16.5.3. Segmentação dinâmica de audiência
- 16.5.4. Teste A/B inteligente com o VWO (Visual Website Optimizer)

16.6. Chatbots e assistentes virtuais no marketing digital

- 16.6.1. Interação proativa com o MobileMonkey
- 16.6.2. Integração multicanal usando o Tars
- 16.6.3. Respostas contextuais com o Chatfuel
- 16.6.4. Análise de conversas por meio do Botpress

16.7. Publicidade programática com IA

- 16.7.1. Segmentação avançada com a Adroll
- 16.7.2. Otimização em tempo real usando o WordStream
- 16.7.3. Licitação automática usando o BidIQ
- 16.7.4. Análise de resultados

16.8. Análise preditiva e Big Data em marketing digital

- 16.8.1. Previsões de tendências de mercados
- 16.8.2. Modelos de atribuição avançados
- 16.8.3. Segmentação preditiva de audiência
- 16.8.4. Análise de sentimento em *Big Data*

16.9. IA e E-mail Marketing para personalização e automação em campanhas

- 16.9.1. Segmentação dinâmica de Listas
- 16.9.2. Conteúdo dinâmico em *E-mails*
- 16.9.3. Automação do fluxo de trabalho breve
- 16.9.4. Otimização da taxa de abertura com a Benchmark E-mail

16.10. Tendências futuras em IA para marketing digital

- 16.10.1. IA de conversação avançada
- 16.10.2. Integração de realidade aumentada usando o ZapWorks
- 16.10.3. Ênfase na ética da IA
- 16.10.4. IA na criação de conteúdo

Módulo 17. Geração de conteúdo com IA

17.1. Engenharia do prompt no ChatGPT

- 17.1.1. Melhoria da qualidade do conteúdo gerado
- 17.1.2. Estratégias para otimizar o desempenho do modelo
- 17.1.3. Criação de prompts eficazes

17.2. Ferramentas de geração de imagens com IA por meio do ChatGPT

- 17.2.1. Reconhecimento e geração de objetos
- 17.2.2. Aplicação de estilos e filtros personalizados às imagens
- 17.2.3. Métodos para melhorar a qualidade visual das imagens

17.3. Criação de vídeo com IA

- 17.3.1. Ferramentas para automatizar a edição de vídeo
- 17.3.2. Síntese de voz e dublagem automática
- 17.3.3. Técnicas de rastreamento e animação de objetos

17.4. Geração de texto com IA para blogs e redes sociais via ChatGPT

- 17.4.1. Estratégias para melhorar o posicionamento de SEO no conteúdo gerado
- 17.4.2. Uso de IA para prever e gerar tendências de conteúdo
- 17.4.3. Criação de títulos atraentes

17.5. Personalização do conteúdo de IA para diferentes públicos usando da Optimizely

- 17.5.1. Identificação e análise de perfis de audiência
- 17.5.2. Adaptação dinâmica do conteúdo de acordo com os perfis de usuário
- 17.5.3. Segmentação preditiva de audiências

17.6. Considerações éticas para o uso responsável da IA na geração de conteúdo

- 17.6.1. Transparência na geração de conteúdo
- 17.6.2. Prevenção de preconceito e discriminação na geração de conteúdo
- 17.6.3. Controle e supervisão humana em processos generativos

17.7. Análise de casos de sucesso na geração de conteúdo com IA

- 17.7.1. Identificação das principais estratégias em casos de sucesso
- 17.7.2. Adaptação a diferentes setores
- 17.7.3. Importância da colaboração entre especialistas em IA e profissionais do setor

17.8. Integração do conteúdo gerado por IA às estratégias de marketing digital

- 17.8.1. Otimização de campanhas publicitárias com geração de conteúdo
- 17.8.2. Personalização da experiência do usuário
- 17.8.3. Automação do processo de marketing

17.9. Tendências Futuras na Geração de Conteúdo com IA

- 17.9.1. Integração avançada e contínua de texto, imagem e áudio
- 17.9.2. Geração de conteúdo hiperpersonalizado
- 17.9.3. Aprimoramento do desenvolvimento de IA na detecção de emoções

17.10. Avaliação e Medição do Impacto do Conteúdo Gerado por IA

- 17.10.1. Métricas apropriadas para avaliar o desempenho do conteúdo gerado
- 17.10.2. Medição do *Engagement* da audiência
- 17.10.3. Melhoria contínua do conteúdo por meio de análise

Módulo 18. Automatização e otimização dos processos de marketing com IA**18.1. Automatização de Marketing com IA**

- 18.1.1. Segmentação de audiências baseada em IA
- 18.1.2. Automação de *Workflows* ou fluxos de trabalho
- 18.1.3. Otimização contínua de campanhas online

18.2. Integração de dados e plataformas em estratégias de marketing automatizado

- 18.2.1. Análise e unificação de dados multicanal
- 18.2.2. Interconexão entre diferentes plataformas de marketing
- 18.2.3. Atualizações de dados em tempo real

18.3. Otimização de campanhas publicitárias com IA Google Ads

- 18.3.1. Análise preditiva do desempenho do anúncio
- 18.3.2. Personalização automática do anúncio de acordo com o público-alvo
- 18.3.3. Ajuste automático do orçamento de acordo com os resultados

18.4. Personalização das audiências com IA

- 18.4.1. Segmentação e personalização de conteúdo
- 18.4.2. Recomendações personalizadas de conteúdo
- 18.4.3. Identificação automática de públicos-alvo ou grupos homogêneos

18.5. Automatização das respostas aos clientes por meio de IA

- 18.5.1. *Chatbots* e aprendizado de máquina
- 18.5.2. Geração automática de respostas
- 18.5.3. Resolução automática de problemas

18.6. IA em e-mail marketing para automação e personalização

- 18.6.1. Automação de sequências de *e-mails*
- 18.6.2. Personalização dinâmica do conteúdo de acordo com as preferências
- 18.6.3. Segmentação inteligente da lista de e-mails

18.7. Análise de sentimento de IA em mídias sociais e feedback de clientes

- 18.7.1. Monitoramento automático de sentimentos nos comentários
- 18.7.2. Respostas personalizadas às emoções
- 18.7.3. Análise preditiva de reputação

18.8. Otimização de preços e promoções com IA

- 18.8.1. Ajuste automático de preços com base em análises preditivas
- 18.8.2. Geração automática de ofertas adaptadas ao comportamento do usuário
- 18.8.3. Análise de preços e da concorrência em tempo real

18.9. Integração da IA às ferramentas de marketing existentes

- 18.9.1. Integração dos recursos de IA com as plataformas de marketing existentes
- 18.9.2. Otimização das funcionalidades existentes
- 18.9.3. Integração com sistemas de CRM

18.10. Tendências e o futuro da automação de IA no marketing

- 18.10.1. IA para melhorar a experiência do usuário
- 18.10.2. Abordagem preditiva para decisões de marketing
- 18.10.3. Publicidade conversacional

Módulo 19. Análise de dados de comunicação e marketing para tomada de decisões

19.1. Tecnologias e ferramentas específicas para análise de dados de comunicação e marketing Google Analytics 4

- 19.1.1. Ferramentas para analisar conversas e tendências em redes sociais
- 19.1.2. Sistemas para identificar e avaliar emoções em comunicações
- 19.1.3. Uso de Big Data para analisar comunicações

19.2. Aplicativos de IA na análise de marketing de big data Google BigQuery

- 19.2.1. Processamento automático de dados em massa
- 19.2.2. Identificação de padrões de comportamento
- 19.2.3. Otimização de algoritmos para análise de dados

19.3. Ferramentas para visualização de dados e relatórios de campanhas e comunicações com IA

- 19.3.1. Criação de *Dashboards* interativo
- 19.3.2. Geração automática de Relatórios
- 19.3.3. Visualização preditiva dos resultados da campanha

19.4. Aplicação da IA na pesquisa de mercado

- 19.4.1. Processamento automático de dados de pesquisa
- 19.4.2. Identificação automática de segmentos de público-alvo
- 19.4.3. Previsão de tendências de mercado

19.5. Análise preditiva em marketing para tomada de decisões

- 19.5.1. Modelos preditivos do comportamento do consumidor
- 19.5.2. Previsão de desempenho da campanha
- 19.5.3. Ajuste automático da otimização estratégica

19.6. Segmentação de mercado com IA meta

- 19.6.1. Análise automatizada de dados demográficos
- 19.6.2. Identificação das partes interessadas
- 19.6.3. Personalização dinâmica de ofertas

19.7. Otimização da estratégia de marketing com IA

- 19.7.1. Uso de IA para medir a eficácia do canal
- 19.7.2. Ajuste automático estratégico para maximizar os resultados
- 19.7.3. Simulação de cenários estratégicos

19.8. IA na medição do ROI de marketing com GA4

- 19.8.1. Modelos de atribuição de conversão
- 19.8.2. Análise de ROI usando IA
- 19.8.3. Estimativa do Customer Lifetime Value ou Valor de Vida Útil do Cliente

19.9. Casos de Sucesso em Análise de Dados com IA

- 19.9.1. Demonstração por meio de estudos de caso em que a IA melhorou os resultados
- 19.9.2. Otimização de custos e recursos
- 19.9.3. Vantagens competitivas e inovação

19.10. Desafios e considerações éticas na análise de dados com IA

- 19.10.1. Vieses nos dados e resultados
- 19.10.2. Considerações éticas no manejo e na análise de dados confidenciais
- 19.10.3. Desafios e soluções para tornar os modelos de IA transparentes

Módulo 20. Vendas e geração de *leads* com Inteligência Artificial**20.1. Aplicação de IA no processo de vendas Salesforce**

- 20.1.1. Automação de tarefas de vendas
- 20.1.2. Análise preditiva do ciclo de vendas
- 20.1.3. Otimização das estratégias de preços

20.2. Técnicas e ferramentas para geração de leads com IA

- 20.2.1. Identificação automatizada de leads
- 20.2.2. Análise do comportamento do usuário
- 20.2.3. Personalização de conteúdo para recrutamento

20.3. Scoring de Leads com IA usando o Hubspot

- 20.3.1. Avaliação automatizada da qualificação de *Leads*
- 20.3.2. Análise de leads baseada em interação
- 20.3.3. Otimização do modelo de *Scoring de Leads*

20.4. IA na gestão de relacionamento com clientes

- 20.4.1. Acompanhamento automatizado para melhorar o relacionamento com o cliente
- 20.4.2. Recomendações personalizadas para os clientes
- 20.4.3. Automação de comunicações personalizadas

20.5. Implementação e histórias de sucesso de assistentes virtuais em vendas

- 20.5.1. Assistentes virtuais para suporte de vendas
- 20.5.2. Aprimoramento da experiência do cliente
- 20.5.3. Otimização de conversões e fechamento de vendas

20.6. Previsão das necessidades dos clientes com IA

- 20.6.1. Análise do comportamento de compra
- 20.6.2. Segmentação dinâmica de ofertas
- 20.6.3. Sistemas de recomendação personalizados

20.7. Personalização da Oferta de Vendas com IA

- 20.7.1. Adaptação dinâmica de propostas comerciais
- 20.7.2. Ofertas exclusivas baseadas no comportamento
- 20.7.3. Criação de pacotes personalizados

20.8. Análise da Concorrência com IA

- 20.8.1. Monitoramento automatizado de concorrentes
- 20.8.2. Análise comparativa automatizada de preços
- 20.8.3. Vigilância competitiva preditiva

20.9. Integração de IA em Ferramentas de Vendas

- 20.9.1. Compatibilidades com sistemas de CRM
- 20.9.2. Capacitação de ferramentas de vendas
- 20.9.3. Análise preditiva em plataformas de vendas

20.10. Inovações e previsões no campo de vendas

- 20.10.1. Realidade aumentada na experiência de compra
- 20.10.2. Automação avançada de vendas
- 20.10.3. Inteligência emocional nas interações de vendas

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“ *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.

Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



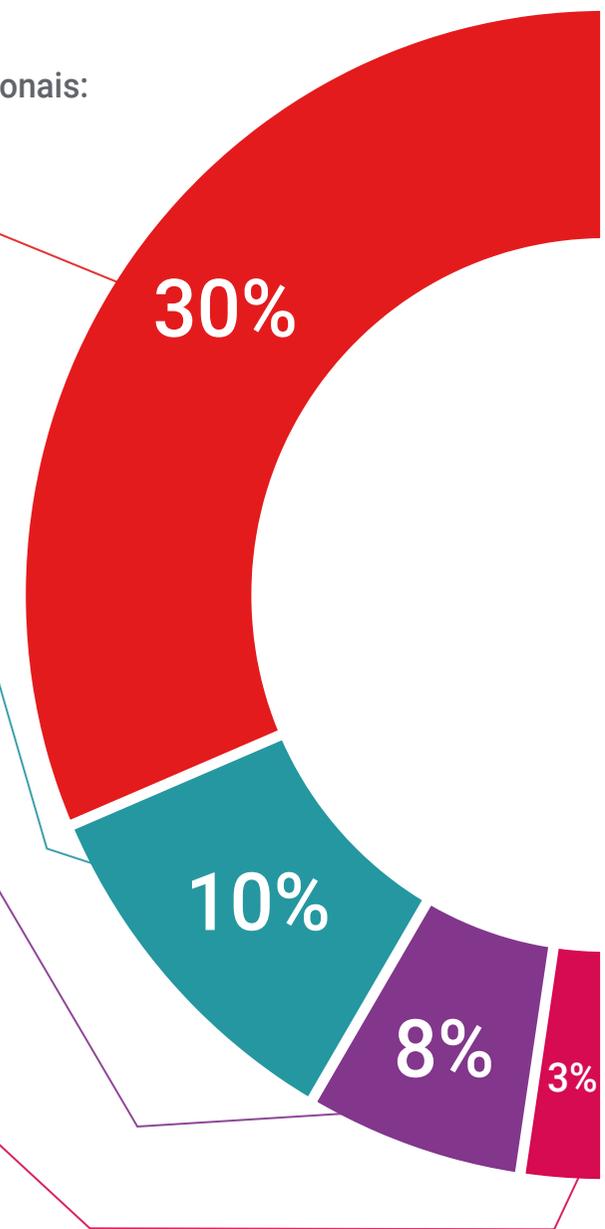
Práticas de habilidades gerenciais

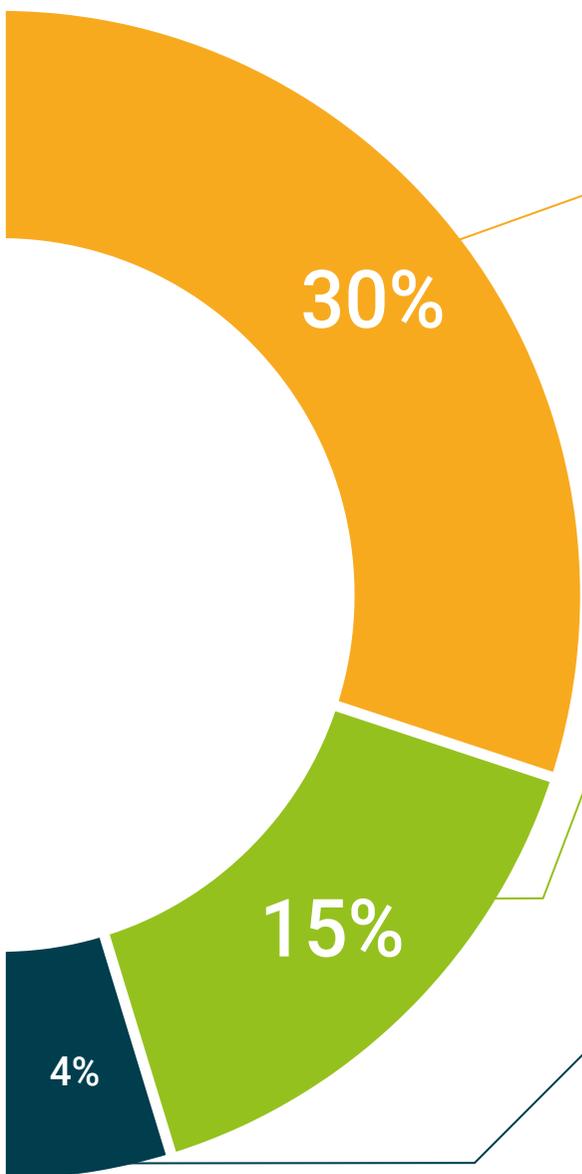
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como “Caso de sucesso na Europa”



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



08

Perfil dos nossos alunos

O Executive Master é destinado a graduados que tenham concluído anteriormente qualquer um dos cursos na área de Comunicação e Publicidade, Ciência da Computação e/ou Negócios.

A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.

Também poderá ser feito por profissionais que, sendo alunos universitários em qualquer área, tenham dois anos de experiência de trabalho no campo de Marketing e Comunicação.





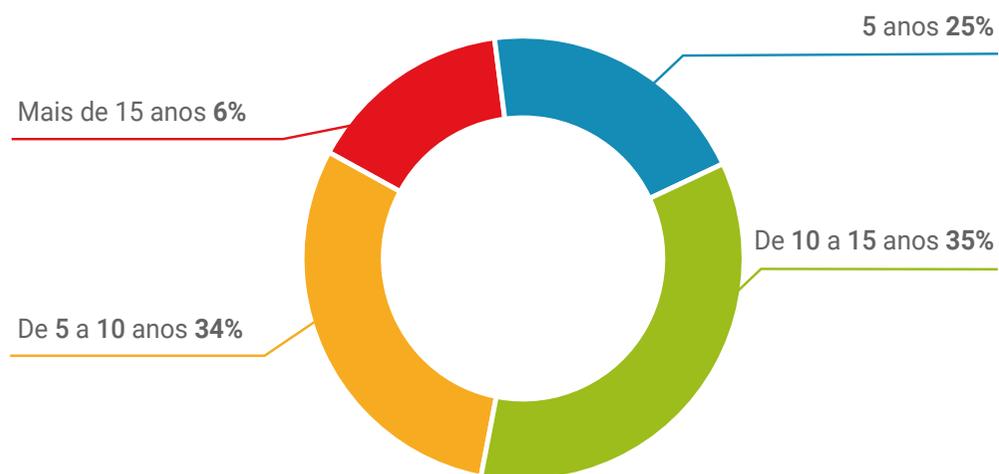
“

Você terá acesso aos mais recentes desenvolvimentos em Inteligência Artificial, aplicados ao Marketing e à Comunicação, em nada menos que 2.700 horas de recursos exclusivos”

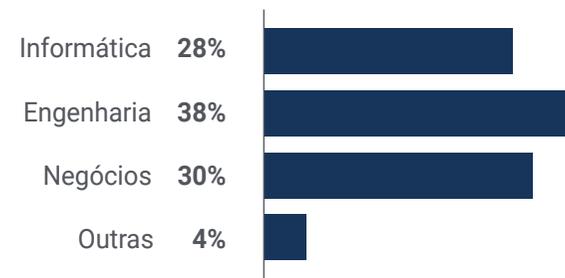
Média de idade

Entre **35** e **45** anos

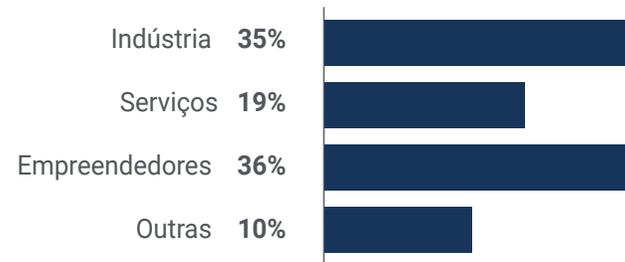
Anos de experiência



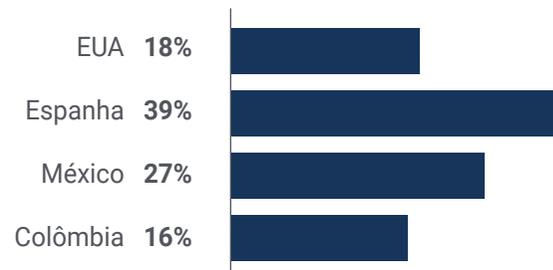
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Lucía Sánchez Morales

CEO

“O Executive Master tem sido incrivelmente útil para mim. Essa experiência me permitiu aprender sobre as muitas melhorias que posso aplicar usando ferramentas inovadoras de Inteligência Artificial. Estou ansioso para aplicá-las em minha empresa e começar a desenvolver estratégias criativas junto com meu Departamento de Marketing”

09

Direção do curso

A equipe de professores desse Executive Master foi meticulosamente selecionada por sua experiência e conhecimento da interseção entre a IA e o mundo do marketing e da comunicação. Com uma combinação única de teoria e aplicação prática, esses especialistas guiarão o caminho dos alunos para uma compreensão profunda de como a IA redefine as estratégias de mercado, permitindo que eles liderem e moldem com confiança o futuro do Marketing e da Comunicação.



“

Aprenda com os melhores! Você levará sua capacitação ao máximo com o apoio de profissionais reconhecidos em Inteligência Artificial”

Direção



Dr. Arturo Peralta Martín-Palomino

- ♦ CEO e CTO em Prometeus Global Solutions
- ♦ CTO em Korporate Technologies
- ♦ CTO em AI Shephers GmbH
- ♦ Consultor e Assessor Estratégico de Negócios da Alliance Medical
- ♦ Diretor de Design e Desenvolvimento da DocPath
- ♦ Doutorado em Engenharia da Computação pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Doutorado em Economia, Negócios e Finanças pela Universidade Camilo José Cela
- ♦ Doutorado em Psicologia pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Mestrado em Executive MBA pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado em Gestão Comercial e de Marketing pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado Especialista em Big Data por Formação Hadoop
- ♦ Mestrado em Tecnologia da Informação Avançada pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ♦ Membro: Grupo de pesquisa SMILE



Sr. Rodrigo Sánchez Mansilla

- ♦ *Digital Advisor* na AI Shepherds GmbH
- ♦ *Digital Account Manager* na Kill Draper
- ♦ *Head of Digital* na Kuarere
- ♦ *Digital Marketing Manager* na Arconi Solutions, Deltoid Energy e Brinergy Tech
- ♦ *Founder and National Sales and Marketing Manager*
- ♦ Mestrado em Marketing Digital (MDM) pela The Power Business School
- ♦ Formado em Administração de Empresas (BBA) pela Universidade de Buenos Aires

Professores

Sra. Adelaida Parreño Rodríguez

- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* em PHOENIX e FLEXUM
- ♦ *Technical Developer & Energy Communities Engineer* na Universidade de Murcia
- ♦ *Manager in Research & Innovation in European Projects* na Universidade de Múrcia
- ♦ Criadora de conteúdo de Global UC3M Challenge
- ♦ Prêmio Ginés Huertas Martínez (2023)
- ♦ Mestrado em Energias Renováveis pela Universidade Politécnica de Cartagena
- ♦ Graduação em Engenharia Elétrica (bilíngue) pela Universidad Carlos III de Madri

Sra. Verónica González Risco

- ♦ Consultora de Marketing Digital *Freelance*
- ♦ *Product Marketing/Desenvolvimento* de negócios internacionais na UNIR - La Universidad en Internet
- ♦ *Digital Marketing Specialist* no Código Kreativo Comunicación SL
- ♦ Mestrado em Gestão de *Online Marketing* e Publicidade por Indisoft- Upgrade
- ♦ Formada em Ciências Empresariais pela Universidade de Almeria

10

Impacto para a sua carreira

Temos consciência de que realizar um programa com estas características representa um grande investimento financeiro, profissional e, é claro, pessoal.

O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional.



“

Torne-se um líder em inovação e alcance o sucesso nos negócios com um programa de sucesso nos negócios ao se formar no melhor Executive Master no panorama acadêmico digital”

Você está pronto para crescer profissionalmente? Uma excelente melhoria profissional espera por você

O Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação da TECH é um programa de estudos intensivo que prepara o aluno para enfrentar desafios e decisões empresariais no setor de Inteligência Artificial em turismo. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

Se você quer se superar, realizar uma mudança profissional positiva e se relacionar com os melhores, este é o lugar certo para você.

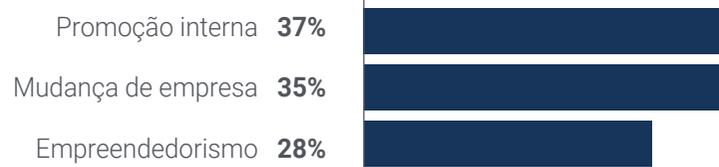
Eleve seu perfil profissional dominando com eficiência as tecnologias do futuro com esse exclusivo programa universitário que só a TECH coloca ao seu alcance.

A TECH tem uma taxa de empregabilidade de 99% entre seus formandos. Matricule-se agora e destaque-se no mercado de trabalho.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa pode representar um aumento salarial anual de mais de **26,24%** para nossos alunos



11

Benefícios para a sua empresa

Este programa ajuda a elevar o talento da organização ao seu potencial máximo por meio da capacitação de líderes de alto nível.

Além disso, participar dessa opção universitária é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos para encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Na era digital, os gestores precisam integrar novos processos e estratégias que geram mudanças significativas e desenvolvimento organizacional. Isso só é possível por meio de uma capacitação e atualização universitária”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional irá proporcionar à empresa novos conceitos, estratégias e perspectivas que poderão gerar mudanças relevantes na organização

02

Retenção de gestores de alto potencial para evitar a evasão de talentos

Esse programa fortalece o vínculo entre empresa e profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da companhia

03

Construindo agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a superar obstáculos

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Graças a este programa, a empresa entrará em contato com os principais mercados da economia mundial

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional poderá trabalhar em um projeto real ou desenvolver novos projetos na área de P&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa

06

Aumento da competitividade

Este programa proporcionará aos profissionais as habilidades necessárias para assumir novos desafios e impulsionar a empresa

12

Certificado

O Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Executive Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

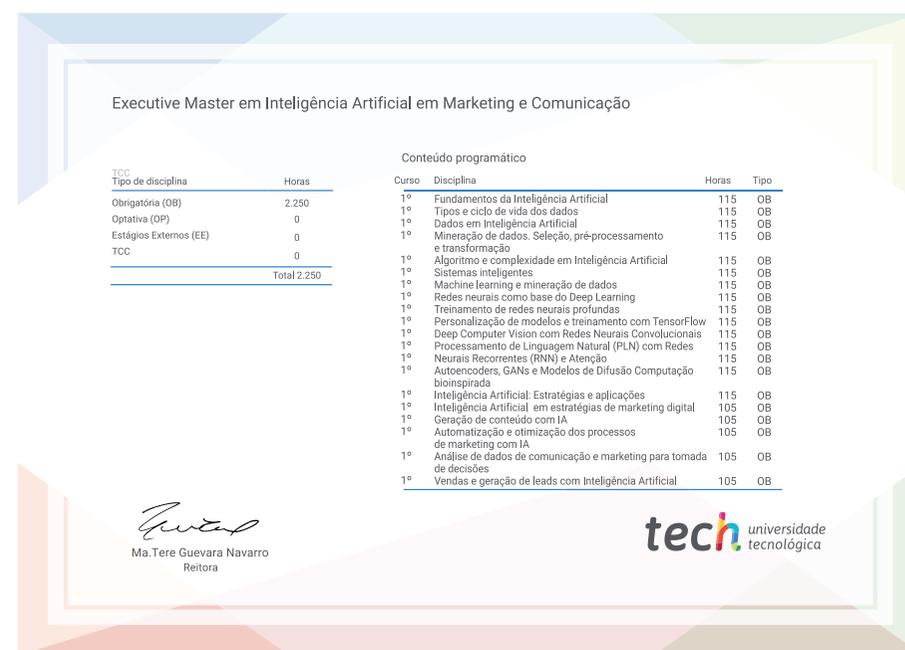
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Executive Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Executive Master em Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Executive Master Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **6 semanas**
- » Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Horário: **no seu próprio ritmo**
- » Provas: **online**

Executive Master

Inteligência Artificial em Marketing e Comunicação