

EMENTAS – Especialização em Inteligência Artificial e Comunicação Corporativa

MÓDULO 1: Introdução à IA na Comunicação Corporativa

Objetivo:

Este módulo introduz os principais conceitos de Inteligência Artificial e suas aplicações no campo da comunicação corporativa, preparando o pós-graduando para entender como a IA pode otimizar processos comunicacionais, seus limites e os desafios éticos no uso de dados. Explora como a transformação digital, impulsionada pela IA e pelo uso de dados, está moldando novas tendências, desafios e oportunidades no mercado da comunicação corporativa.

COMPONENTES

- **Introdução às mídias sociais**

EMENTA: Fundamentos de Inteligência Artificial (IA): definição e histórico da Inteligência Artificial. Tipos de Inteligência Artificial. Áreas de aplicação. Raciocínio lógico e inferência em IA. Algoritmos de busca e otimização. Conceito de machine learning. A relação entre IA e machine learning. Aprendizado supervisionado e não supervisionado. Redes neurais artificiais (RNAs) e deep learning.

- **Técnicas e tendências do uso de IA na comunicação corporativa e desafios éticos**

EMENTA: Principais tendências e aplicações da IA na comunicação corporativa e seus impactos nas estratégias de comunicação para diversos públicos: personalização, automação, análise de dados. Ferramentas mais utilizadas para processos de comunicação: prompts, análise de sentimentos, chatbots, assistentes virtuais, automação de emails e outras comunicações; criação de conteúdos: ferramentas de tradução e transcrição automáticas, elaboração e otimização de conteúdo; e análise preditiva. Dimensões éticas: boas práticas de governança e compliance, transparência e privacidade na coleta e uso de dados, inclusão e diversidade. Estudos de caso.

- **Transformação Digital e o Novo Perfil do Consumidor**

EMENTA: Conceito de transformação digital e seu impacto na competitividade organizacional. Como a transformação digital afeta a comunicação corporativa. Comportamento do consumidor na era digital e suas expectativas: transparência, autenticidade e agilidade nas respostas. Estratégias e táticas de comunicação digital na experiência de consumo. Consumo e vigilância. Estudos de caso.

MÓDULO 2: Criação, Produção e Customização de Conteúdos com IA

Objetivo:

Capacitar à utilização de IA na criação, produção e customização de conteúdos de comunicação, explorando ferramentas que otimizam e automatizam processos criativos e estratégicos, garantindo relevância, visibilização e personalização de conteúdos.

COMPONENTES

- **Ferramentas de IA para Criação de Conteúdos e técnicas de SEO**

EMENTA: Principais tendências e ferramentas de IA para produção de conteúdo.

Geração automatizada de textos, imagens e vídeos com IA. Personalização de conteúdos para diferentes públicos e plataformas. Pilares do SEO: On Page, Off Page e UX (experiência do usuário). Estratégias e ferramentas para seleção de palavras-chave, autoridade de domínio, backlinks etc. Exemplos e aplicações.

- **Automação de conversas com consumidores**

EMENTA: Conceito de automação de conversas e sua relevância na comunicação corporativa. Necessidades e objetivos da automação de conversas nas organizações. Princípios básicos de IA aplicados a interações automatizadas. Personalização de respostas com base em histórico de demandas. Principais ferramentas de automação de conversas. Integração de chatbots com CRMs e redes sociais. Estratégias de implementação em diferentes canais.

MÓDULO 3: Coleta e Gestão de Dados e Relatórios

Objetivo:

Este módulo capacita a coleta e gestão de dados e a interpretação e criação de relatórios a partir de ferramentas de IA para a tomada de decisão na gestão de riscos e crises e projetos de comunicação corporativa, desenvolvendo as capacidades analíticas dos estudantes.

COMPONENTES

- **Ferramentas de Análise de Dados e Business Intelligence**

EMENTA: Conceitos de Business Intelligence (BI) e sua aplicação em estratégias de comunicação. Cultura de dados no ambiente corporativo e na gestão de comunicação. Estudos de mercado e análise de concorrência com dados de BI. Etapas da análise de dados: coleta, seleção, análise e modelagem de dados. Principais ferramentas de análise de dados. Aspectos éticos na coleta de dados. Estudos de caso.

- **Visualização de Dados e Tomada de Decisão**

EMENTA: Princípios de visualização do design de dados: objetividade, simplicidade e estética na visualização. Visualização de dados para embasamento de decisões estratégicas em Comunicação corporativa. Ferramentas de visualização de dados: gráficos, dashboards e relatórios dinâmicos. Aplicações e estudos de caso.

- **Gestão de Riscos e de crises de imagem e reputação com uso de IA**
EMENTA: Conceitos de imagem e reputação na comunicação corporativa. Diferenças entre gestão de riscos e de crises. Tipos de riscos e crises. O uso da inteligência artificial para monitoramento de riscos e crises. Análise de sentimento e reputação online. Análise preditiva em prevenção de crises. Ferramentas de monitoramento de mídias e redes sociais. Gerenciamento de crises, pós-crise e ferramentas de avaliação de impacto de imagem e reputação com IA. Análise de casos.

MÓDULO 4: Curadoria de Conteúdos Gerados por IA e Aspectos Éticos

Objetivo:

A ênfase nesse módulo é ensinar técnicas de curadoria de conteúdo, com foco na relevância e credibilidade de temas e diversidade de fontes, além de promover reflexões sobre aspectos éticos baseados na curadoria em IA, considerando direitos autorais, plágios e responsabilidade social.

COMPONENTES

- **Técnicas de curadoria em IA**
EMENTA: Conceitos de curadoria de conteúdo e sua importância para a comunicação corporativa. Curadoria humana em conteúdos gerados por IA e a relação com credibilidade, relevância e diversidade de fontes. Práticas de curadoria em conteúdos gerados por IA. Curadoria automatizada. Exemplos de curadoria em IA aplicados à comunicação corporativa.
- **Ética no uso de conteúdos gerados por IA**
EMENTA: Princípios éticos no uso de IA: justiça, responsabilidade, transparência, privacidade e autonomia. Vieses, discriminação algorítmica e desinformação. Questões de direito autoral, propriedade intelectual e plágio na comunicação corporativa. Lei de Proteção de Dados (LGPD) e o debate sobre a regulamentação das plataformas digitais. Estudos de caso.