

PÓS-GRADUAÇÃO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Objetivo: Especializar profissionais para entender a potencialização do Marketing de Relacionamento como uma estratégia com objetivo a fidelização dos clientes consumidores

Público-Alvo: profissionais do Marketing, Propaganda, Relações Públicas, Administradores e demais profissionais que atuam ou tem interesse em atuar na gestão de organizações apresentando soluções de marketing/fidelização e que buscam novos mercados.

Conheça a estrutura do Curso:

INFORMAÇÕES SOBRE O CURSO

Tipo: Especialização –
Lato Sensu

Modalidade: EaD

Duração: 300 horas de conteúdo e atividades + 60 horas para orientação e elaboração do Artigo Científico

Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA:
Moodle

MÓDULOS E UNIDADES DE APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA
MÓDULO I: INTRODUÇÃO AO MARKETING <ul style="list-style-type: none">Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA).Planejamento e Projeto de Pesquisa.Definição de Marketing (1º conceito e conceitos Atuais)Introdução ao Marketing	30 horas
MÓDULO II: ESTRATÉGIAS PARA TRANSFORMAR CONSUMIDORES EM COMPRADORES E CLIENTES <ul style="list-style-type: none">Definindo o comportamento do consumidor, sua importância e implicações para o marketingObjetivos e Papel da Psicologia no comportamento do ConsumidorMarketing PessoalMarcas e o processo de estruturação da identidade	• 30 horas
MÓDULO III: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A PREÇOS, OFERTAS E PROMOÇÕES <ul style="list-style-type: none">Tendências no segmento Business-to-business (B2B)Comportamento do Consumidor 2.0Marketing de RelacionamentoTipos de decisão de compra	• 30 horas
MÓDULO IV: PLANEJAMENTO DE MARKETING <ul style="list-style-type: none">Administrando Marketing e VendasConsumo, responsabilidade ética e sustentabilidadeFatores Sociais que influenciam o comportamento do ConsumidorFilosofias da administração de Marketing	• 30 horas
MÓDULO V: IDENTIFICANDO AS NECESSIDADES DO CONSUMIDOR <ul style="list-style-type: none">Influências Culturais que influenciam o comportamento do Consumidor Influências culturais sobre o comportamento do consumidorPanorama do comportamento no campo psicológico: conceitos e tendências (primórdios e efeitos do comportamento)Fatores Demográficos que Influenciam o Comportamento do ConsumidorDiferenças entre indivíduos, famílias e organizações no processo de decisão	• 30 horas
MÓDULO VI: ESTRATÉGIAS DE MARKETING E AS ATIVIDADES DE VENDAS <ul style="list-style-type: none">Diferenças entre marketing social e marketing societal	• 30 horas

<ul style="list-style-type: none"> • Satisfação do consumidor e desempenho do produto • Consumidor 4.0: os fornecedores e o novo comportamento de consumo • Perfil do Consumo Virtual 	
MÓDULO VII: MARKETING NAS REDES SOCIAIS <ul style="list-style-type: none"> • As mídias sociais e os influenciadores digitais • Programas de Fidelidade • Relações entre marketing público, eleitoral e governamental Relações entre marketing público, político, eleitoral e governamental • Métricas do Marketing Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO VIII: PERSONALIDADE E COMPORTAMENTO <ul style="list-style-type: none"> • Fatores Psicológicos e Psicográficos que Influenciam o Comportamento do Consumidor • Marketing Social e comunicação • Marketing e Comércio Eletrônico • Marketing Pessoal e eventos empresariais 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO IX: TENDÊNCIAS EM PESQUISAS DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> • As Pesquisa em Marketing Esportivo • Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado • Implementando o Marketing Interativo e Multicanal • Etapas do processo de pesquisa de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO X: ESTRATÉGIAS DE MICROMARKETING NO AMBIENTE DIGITAL <ul style="list-style-type: none"> • Gestão de Relacionamento com os clientes: Marketing Transacional x Marketing de Relacionamento • Pesquisa de Marketing Internacional • Marketing Digital • Localização varejista, formato e comportamento do consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO XI: O Artigo Científico.	<ul style="list-style-type: none"> • 60 horas
CARGA HORÁRIA TOTAL	<ul style="list-style-type: none"> • 360 HORAS

- Trabalho de Conclusão de Curso
- Além da aprovação nos módulos, o estudante deverá obter, no mínimo, 70 de um total de 100 pontos, em um Trabalho de Conclusão de Curso no formato de Artigo Científico.
- Para a FACCREI EAD, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é compreendido como mais uma oportunidade que o estudante tem de colocar em prática, de forma inter e multidisciplinar, os conhecimentos adquiridos no decorrer da especialização.
- Para a realização do TCC, o Módulo XI apresentará aos alunos uma proposta de formato, com problema e contexto específico. A partir das orientações apresentadas, os alunos deverão desenvolver o seu trabalho. A entrega do TCC é o resultado da execução e aplicação de técnicas e procedimentos de um projeto interdisciplinar.
- O professor-tutor responsável pelo Módulo TCC acompanha a turma para o esclarecimento de eventuais dúvidas, nos fóruns de discussão. Todas as orientações de procedimento, que dizem respeito à execução do TCC, serão disponibilizadas no AVA. Os trabalhos aptos serão avaliados por uma banca formada por dois professores.
- A apresentação para a banca ocorrerá via internet. O aluno deverá realizar o agendamento, observando as datas pré-estabelecidas pela FACCREI EAD, via AVA.
-

REQUISITOS ACADÊMICOS

- Possuir diploma de curso de graduação (reconhecido pelo Ministério da Educação);
- Preencher os requisitos básicos de formação de acordo com a necessidade de cada curso.

Investimento: xx

Reconhecimento do Curso

O curso de especialização cumpre as disposições da **Resolução CNE nº 1, de 6 de abril de 2018**, do Ministério da Educação.

Certificação:

Você receberá o certificado de especialista emitido pela FACCREI EAD. O certificado do curso a distância tem a mesma validade legal ao da educação presencial.

Metodologia:

O curso é composto por 11 módulos (10 módulos de 30 horas e 1 módulo de 60 horas), e é desenvolvido totalmente on-line, no AVA Moodle da FACCREI EAD.

Cada Módulo contém textos, imagens, infográficos, vídeos e demais conteúdos pertinentes à sua apropriação de conhecimento. Para avaliar o seu aprendizado, cada módulo possui 4 Unidades de Aprendizagem, que possuem um desafio (estudo de caso) e exercícios de fixação de múltipla escolha com 5 alternativas (A, B, C, D, E).