

# PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E MARKETING DE SERVIÇO

## Objetivo

Especializar profissionais para atuarem na análise, desenvolvimento, gerenciamento e implantação de projetos de marketing de serviços, a partir de uma visão estratégica. Objetiva, ainda, propiciar o desenvolvimento de atitude profissional crítica e empreendedora, pautada pela ética, pela responsabilidade socioambiental e também pela busca contínua de inovação e no desenvolvimento de projetos sociais.

## Público-Alvo

Profissionais graduados que atuam (ou pretendem atuar) em processos e projetos de marketing de serviços, em organizações dos setores privado, do setor público ou do terceiro setor, e demais interessados na área de abrangência

## 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

## Conheça a estrutura do Curso:

MÓDULOS E UNIDADES DE APRENDIZAGEM	CARGA HORÁRIA
<b>MÓDULO I: INTRODUÇÃO À ESPECIALIZAÇÃO PSICOLOGIA DAS VENDAS E DO CONSUMO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA).</li><li>• Planejamento e Projeto de Pesquisa.</li><li>• Ambiente de marketing.</li><li>• Escopo de aplicação do Marketing.</li></ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO II: GESTÃO E O CONTEXTO GLOBAL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Desafios para a administração num ambiente global.</li><li>• Globalização.</li><li>• Administradores globais e empregos globais.</li><li>• O Ambiente Global em Mudança.</li></ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO III: GESTÃO E A ABORDAGEM SISTÊMICA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abordagem Sistêmica.</li><li>• Teoria Geral dos Sistemas.</li><li>• Teoria Matemática da Administração.</li><li>• Novas Tecnologias de Gestão.</li></ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO IV: ESTRATÉGIAS DO MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plano de marketing.</li><li>• Introdução à pesquisa de Marketing.</li><li>• As boas práticas nas negociações.</li><li>• Benchmarking.</li></ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO V: MARKETING DE SERVIÇOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos do Marketing de Serviços.</li><li>• Qualidade dos Serviços.</li><li>• As expectativas do cliente com o serviço.</li><li>• Cliente e o Serviço.</li></ul>	<b>30 horas</b>

<b>MÓDULO VI: RELACIONAMENTO E MARKETING DE SERVIÇOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionamento com o cliente.</li> <li>• Escutando o cliente por meio de pesquisa.</li> <li>• Recuperação do serviço.</li> <li>• A inovação e o projeto do serviço.</li> </ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO VII: CENÁRIOS DE SERVIÇOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Padrões do serviço definidos pelo cliente.</li> <li>• As evidências físicas e o cenário de serviços.</li> <li>• O papel do colaborador na execução do serviço.</li> <li>• O papel dos clientes na execução do serviço.</li> </ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO VIII: GESTÃO DE MARKETING DE SERVIÇOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestão da demanda e da capacidade.</li> <li>• A comunicação integrada no marketing de serviços.</li> <li>• Precificação de serviços.</li> <li>• O impacto financeiro e econômico dos serviços.</li> </ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO IX: MARKETING DIGITAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desafios do marketing no novo e conectado milênio.</li> <li>• Marketing Digital.</li> <li>• Marketing nas Redes Sociais.</li> <li>• Web 2.0 e Mídia Social.</li> </ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO X: SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Big Data e Internet das Coisas (IoT).</li> <li>• Sistema CRM (Customer Relationship Management).</li> <li>• Sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) Sistema Integrado de Gestão).</li> <li>• Computação da Nuvem.</li> </ul>	<b>30 horas</b>
<b>MÓDULO XI: TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O Artigo Científico.</li> </ul>	<b>60 horas</b>
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>	<b>360 HORAS</b>

## 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).