

PÓS-GRADUAÇÃO

MAPEAMENTO, SATISFAÇÃO E ENGAJAMENTO DO CONSUMIDOR UTILIZANDO CUSTOMER EXPERIENCE

Objetivo: Proporcionar ao especializando um novo olhar no tema emergente Customer Experience ou experiência do cliente. Conceito que vem se fortalecendo no mercado, onde cada vez mais os consumidores são parte essencial de qualquer negócio e demandam não só um atendimento, mas toda uma experiência de consumo mais qualificada.

Público-Alvo: profissionais da Administração, Relações Públicas, Marketing e Propaganda.

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 <ul style="list-style-type: none">• Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA).• Planejamento e Projeto de Pesquisa.• Customer journey no ambiente digital• Mapeamento da satisfação e do engajamento dos clientes: programas de retenção e lealdade	• 30 horas
MÓDULO II: NOVAS TENDÊNCIAS <ul style="list-style-type: none">• Customer experience no ambiente digital• Estratégias de fidelização do consumidor no ambiente digital• Tendências no segmento business-to-business (B2B)• Tecnologias e integração de canais de venda e de comunicação	• 30 horas
MÓDULO III: PERFIL DO CONSUMO <ul style="list-style-type: none">• Perfil do consumo virtual• Estratégias de micromarketing no ambiente digital• Programas e práticas de inovação aberta envolvendo o consumidor virtual• Cultura customer centric	• 30 horas
MÓDULO IV: ESTRATÉGIAS DE AÇÃO E CONVERSÃO <ul style="list-style-type: none">• Estratégias de atração, conversão e vendas no ambiente digital• Tendências em comportamento de consumo• Satisfação do consumidor e desempenho do produto• Técnicas de engajamento em jogos-texto	• 30 horas
MÓDULO V: QUALIDADE E COMPETIVIDADE <ul style="list-style-type: none">• A Qualidade como Fator de Competitividade• Motivação, engajamento e comprometimento• Comportamento do consumidor 2.0• Bancos de dados e cadastros de consumidores	• 30 horas
MÓDULO VI: RELACIONAMENTO COM CLIENTES <ul style="list-style-type: none">• Identificando as necessidades do Consumidor• Consumidor 4.0: os fornecedores e o novo comportamento de consumo	• 30 horas

<ul style="list-style-type: none"> • Cliente e o Serviço • Princípios específicos do Direito do Consumidor 	
MÓDULO VII: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR <ul style="list-style-type: none"> • Definindo o comportamento do consumidor, sua importância e implicações para o marketing • A produção e o consumidor • Marketing de serviços I • Padrões do serviço definidos pelo cliente • Marketing de serviços II • O papel do colaborador na execução do serviço 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
<ul style="list-style-type: none"> • MÓDULO VIII: TEMÁTICAS ESPECIAIS DO CONSUMIDOR • Fidelizando consumidores • Fatores Demográficos que Influenciam o Comportamento do Consumidor • Fatores Sociais que Influenciam o Comportamento do Consumidor • Consumo e responsabilidade ética 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO IX: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR <ul style="list-style-type: none"> • O consumidor na sociedade • Objetivos e papel da psicologia no comportamento do consumidor • Consumo e responsabilidade ética e sustentabilidade • Influências culturais sobre o comportamento do consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO X: PESQUISAS DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> • Estratégias para transformar consumidores em compradores e clientes • Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado • O consumidor de serviços públicos • As mídias sociais e os influenciadores digitais 	<ul style="list-style-type: none"> • 30 horas
MÓDULO XI: O Artigo Científico	60 horas
CARGA HORÁRIA TOTAL	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.

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.

Investimento: **xx**

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).