

# PÓS-GRADUAÇÃO MARKETING DE RELACIONAMENTO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

**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
<b>MÓDULO I: INTRODUÇÃO AO MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA).</li><li>• Planejamento e Projeto de Pesquisa.</li><li>• Definição de Marketing (1º conceito e conceitos Atuais)</li><li>• Introdução ao Marketing</li></ul>	30 horas
<b>MÓDULO II: ESTRATÉGIAS PARA TRANSFORMAR CONSUMIDORES EM COMPRADORES E CLIENTES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definindo o comportamento do consumidor, sua importância e implicações para o marketing</li><li>• Objetivos e Papel da Psicologia no comportamento do Consumidor</li><li>• Marketing Pessoal</li><li>• Marcas e o processo de estruturação da identidade</li></ul>	• 30 horas
<b>MÓDULO III: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO A PREÇOS, OFERTAS E PROMOÇÕES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tendências no segmento Business-to-business (B2B)</li><li>• Comportamento do Consumidor 2.0</li><li>• Marketing de Relacionamento</li><li>• Tipos de decisão de compra</li></ul>	• 30 horas
<b>MÓDULO IV: PLANEJAMENTO DE MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administrando Marketing e Vendas</li><li>• Consumo, responsabilidade ética e sustentabilidade</li><li>• Fatores Sociais que influenciam o comportamento do Consumidor</li><li>• Filosofias da administração de Marketing</li></ul>	• 30 horas
<b>MÓDULO V: IDENTIFICANDO AS NECESSIDADES DO CONSUMIDOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Influências Culturais sobre o comportamento do Consumidor</li><li>• Panorama do comportamento no campo psicológico: conceitos e tendências (primórdios e efeitos do comportamento)</li><li>• Fatores Demográficos que Influenciam o Comportamento do Consumidor</li><li>• Diferenças entre indivíduos, famílias e organizações no processo de decisão</li></ul>	• 30 horas

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

- 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).