



Duração

9 meses



Carga horária

360 horas



Metodologia

On-line

SOBRE O CURSO

O MBA em Marketing de Serviços e Relacionamento insere os profissionais da Gestão de Marketing no contexto de serviços e relacionamento com os clientes visando uma oportunidade de melhoria e de crescimento dos negócios, bem como a retenção ou fidelização dos clientes já existentes.

METODOLOGIA

Disciplinas 100% on-line, organizadas em Unidades de Aprendizagem, que oferecem diversificados recursos didáticos, para a abordagem teórica, metodológica e prática do conteúdo.

Conteúdo planejado com base em metodologias ativas para o ensino e aprendizagem, as quais promovem a autonomia do estudante, figura central no processo de construção do conhecimento, bem como a excelência em sua formação.

Acompanhamento personalizado, para orientações, esclarecimento de dúvidas ou solução de eventuais problemas, permitindo interação simples e eficiente com os tutores e demais estudantes do curso, por meio dos fóruns, grupos de WhatsApp, e-mail ou do Serviço de Atendimento no Portal Acadêmico.



DISCIPLINAS E CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

EMPREENDEDORISMO

- O empreendedorismo e a mentalidade empreendedora
- Estratégia Empreendedora: geração e exploração de novas entradas
- Empreendedorismo corporativo
- Criatividade e a ideia da empresa
- Identificação e análise de oportunidades nacionais e internacionais
- A proteção da ideia e outras questões legais para o empreendedor
- Plano de negócio: criando e dando início ao empreendimento
- Fontes de capital
- Capital de risco informal, capital de risco formal e abertura de capital
- Estratégias de crescimento e gerenciamento das implicações do crescimento
- Acessando recursos para o crescimento em fontes externas
- Planejamento de sucessão e estratégias para colher resultados e encerrar as atividades do empreendimento



Carga horária: 40 horas

MARKETING DIGITAL

- Marketing digital
- Introdução ao comércio eletrônico
- Implementação do comércio eletrônico
- Internet e a mudança no cenário econômico
- Marca digital
- Estratégias e aplicações do comércio eletrônico
- Marketing e comércio eletrônico
- Perfil do consumo virtual
- Gestão de redes sociais
- Comércio eletrônico: conceitos-chave
- Comercio eletrônico e mobilidade
- Métricas de análise e otimização de busca



Carga horária: 40 horas



MARKETING DE SERVIÇOS

- Marketing de serviços
- Marketing de serviços II
- Fundamentos do Marketing de Serviços
- Qualidade dos Serviços
- As expectativas do cliente com o serviço
- Escutando o cliente por meio de pesquisa
- Recuperação do serviço
- A inovação e o projeto do serviço
- Padrões do serviço definidos pelo cliente
- O papel do colaborador na execução do serviço
- A comunicação integrada no marketing de serviços
- Precificação de serviços



Carga horária: 40 horas

ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

- A Venda Integrada ao Sistema de Marketing
- Estratégias de marketing e as atividades de vendas
- Planejamento de Vendas
- Desenvolvimento de estratégias analíticas
- Segmentação de Mercado
- Organização da Força de Vendas
- Desenvolvimento da Força de Vendas
- Planos estratégicos de vendas
- Venda Pessoal e gestão das vendas
- Planejamento agregado de vendas e de produção
- Administrando marketing e vendas
- Planejamento de vendas e operações



Carga horária: 40 horas



GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

- Relacionamento com o cliente
- Relacionamento do consultor com o cliente
- A Qualidade como fator de competitividade
- Gestão de Relacionamento com os clientes: Marketing Transacional x Marketing de Relacionamento
- Diferenciação e posicionamento da marca no mercado off e on-line
- Cliente e valor
- Atendimento ao cliente
- CRM e banco de dados
- Customer experience no ambiente digital
- Customer journey no ambiente digital
- Estratégias de fidelização do consumidor no ambiente digital
- Mapeamento da satisfação e do engajamento dos clientes: programas de retenção e lealdade



Carga horária: 40 horas

PLANO DE MARKETING

- Plano de marketing
- Elaboração do Plano de Marketing
- Resultados do marketing aplicado
- Mecanismos de monitoramento
- Marketing integrado e modelos de negócio
- Cenários Mercadológicos
- Escopo de aplicação do Marketing
- Planejamento de marketing
- O portfólio de produtos e negócios
- Análise do produto no mercado
- Visibilidade dos produtos
- Comportamento do consumidor em relação a preços, ofertas e promoções



Carga horária: 40 horas



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

- Gestão estratégica
- Competidores e Mercados
- Vantagem Competitiva
- Posicionamento estratégico
- Implementação e controle da estratégia
- Etapas do planejamento estratégico
- Análise SWOT
- Mapeamento no Planejamento Estratégico
- Análise do ambiente interno
- Análise do ambiente externo: macroambiente e indústria
- As evidências físicas e o cenário de serviços
- Estratégia Internacional



Carga horária: 40 horas

GESTÃO DO COMPOSTO PROMOCIONAL

- Produto
- O portfólio de produtos e negócios
- Análise do produto no mercado
- Promoção
- O planejamento de ações promocionais
- Ferramentas do composto promocional
- Estratégia de comunicação
- Preço
- Pesquisa de posicionamento de mercado
- Canais de Distribuição
- Sistema de distribuição
- Promoção de Vendas: Estímulo do Varejo



Carga horária: 40 horas



GESTÃO ORGANIZACIONAL E DESEMPENHO DAS PESSOAS

- Introdução ao Comportamento Organizacional
- Comportamento, Personalidade e Valores Individuais
- Liderança em contextos organizacionais
- Satisfação e compromisso no trabalho
- Estruturas organizacionais
- Tomada de Decisão
- Mudança Organizacional
- Envolvimento dos funcionários na tomada de decisão
- Identidade organizacional
- Valores Organizacionais
- Gestão de Conflitos no ambiente organizacional
- Treinamento, desenvolvimento e aprendizagem organizacional com foco estratégico: um modelo integrado ao negócio da empresa



Carga horária: 40 horas



COMO É A AVALIAÇÃO

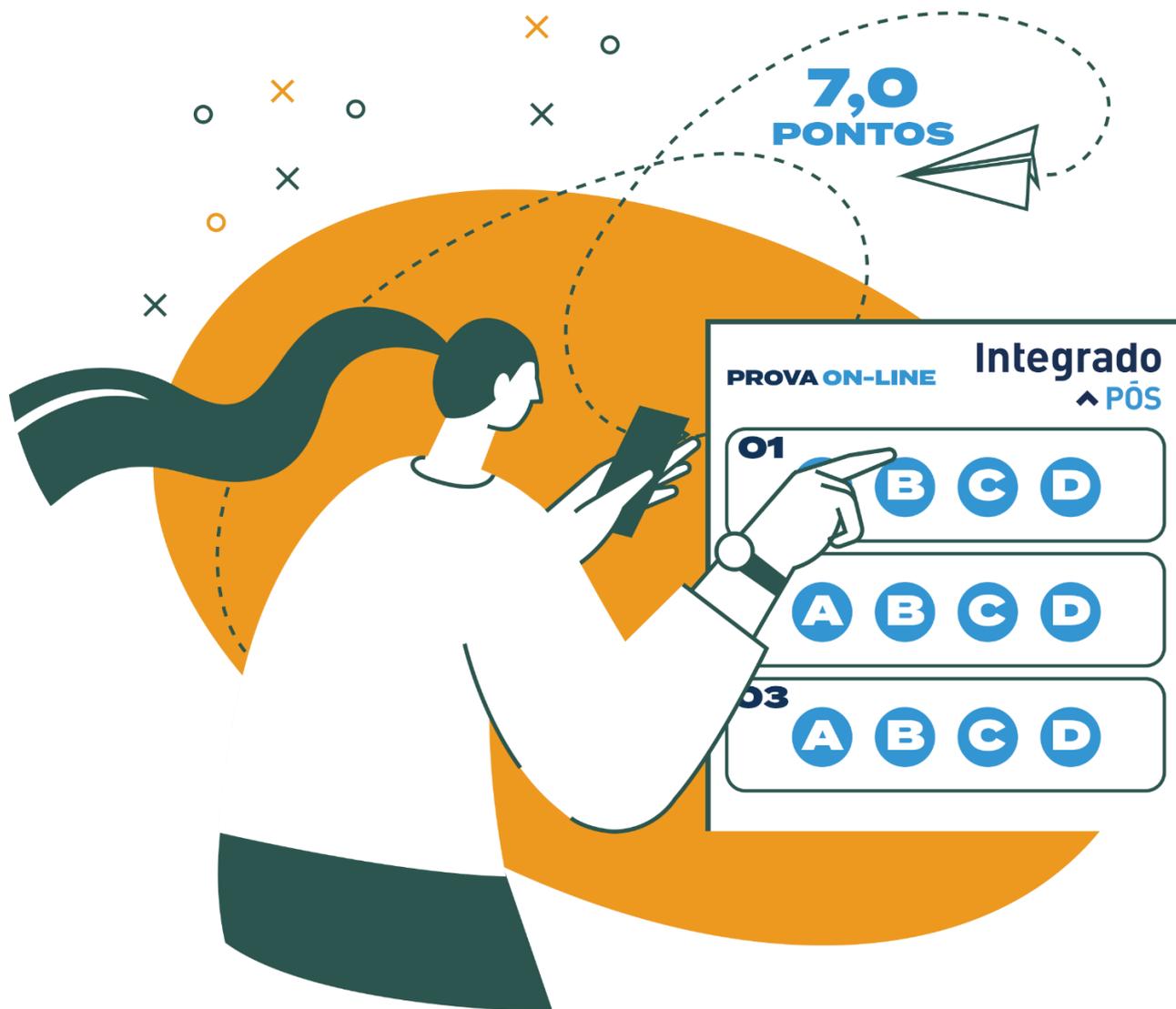
As disciplinas são formadas por Unidades de Aprendizagem, sendo que o seu acesso aos conteúdos disponibilizados em cada uma delas será contabilizado como uma pontuação de progresso, que pode garantir até 3,0 pontos em sua média final. Para isso é necessário:

- ◆ Estudar todos os conteúdos disponibilizados, ou seja, não deixar de acessar nenhuma das *abinhas* que compõem as Unidades de Aprendizagem;
- ◆ Responder corretamente os exercícios propostos.

PROGRESSO NAS UNIDADES DE APRENDIZAGEM



A pontuação de progresso, será somada à nota que você obtiver na prova on-line, formada por questões objetivas de múltipla escolha acerca dos conhecimentos abordados na disciplina, com valor 7,0.



Ao finalizar todas as disciplinas, você terá concluído o curso e seu certificado será emitido em no máximo três meses.

Não é necessário produzir o TCC, mas se você preferir desenvolver o trabalho, lhe ofereceremos todo o suporte necessário.

NÃO PRECISA PRODUZIR

O TCC



- ◆ Que tal ser o protagonista do seu próprio conhecimento e se especializar na sua área?
- ◆ Matricule-se já e viva o seu sonho!

