Universidade Lusíada Norte
Porto

ESPECIALIZAÇÃO

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

UNIVERSIDADE LUSÍADA - NORTE (PORTO)

FCEE
Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa
Universidade Lusíada - Norte (Porto)

Instituto Lusíada Pós.Graduações

Instituto Lusíada de Pós-graduações | Universidade Lusíada - Norte (Porto)
Rua Dr. Lopo de Carvalho, s/n | 4369-006 Porto | t.: 22 557 08 69 | w.: www.ulusiada.pt | e.: posgrad@por.ulusiada.pt

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Coordenação
Elizabeth Real Oliveira, *Prof.ª Doutora*

Apresentação
O Curso de Especialização em Customer Relationship Management visa essencialmente apresentar os principais conceitos do CRM para profissionais provenientes de qualquer tipo de área complementar ou afim à Gestão. Este curso encontra-se estruturado em dois grandes módulos, o Marketing Relacional e de Serviços e o Estudo do Comportamento do Consumidor, sendo estes complementados por seminários leccionados por especialistas na área do Marketing.
Este curso pode ser creditado no Master em Marketing Management e/ou no Mestrado em Marketing da Universidade Lusíada – Norte, *Campus* de Vila Nova de Famalicão.

Objetivos
Os objectivos do curso visam essencialmente dotar aos participantes as ferramentas necessárias para a compreensão e operacionalização da pesquisa do mercado e a compreensão do comportamento do consumidor. Os seminários irão incidir sobre as novas tendências do Customer Relationship Management e permitirão aos participantes um contacto com profissionais e temas actuais do marketing.

Destinatários
Licenciados em Marketing, Gestão, Economia, Ciências Económicas e Empresariais, Contabilidade, Fiscalidade e Engenharia. Tratando-se a área de Marketing de uma área transversal a vários perfis profissionais, poderão ainda ser admitidos candidatos com outros perfis profissionais, desde que possuidores de um grau académico.

Estrutura curricular / Conteúdos programáticos
Marketing Relacional e de Serviços (*)
Definição de Marketing relacional. A importância da gestão das relações. As abordagens ao CRM e os sistemas de informação. As especificidades dos serviços. O conceito de lealdade nos serviços. Os e-services.
Estudo do Comportamento do Consumidor (*)
A importância do comportamento do consumidor para o marketing; teorias do comportamento do consumidor; elementos que influenciam a compra (necessidades, percepções, atitudes, etc.); condicionantes externos explicativos (cultura, classe e grupos sociais, etc..); o processo de decisão de compra.
Seminários
Os seminários irão abordar as novas tendências na área Customer Relationship Management e terão como convidados profissionais / especialistas nas diversas áreas. Para mais informações sobre os seminários por favor consultar informação sobre o Master em Marketing Management.

(*) Unidades curriculares passíveis de serem creditadas no Master em Marketing Management e/ou no Mestrado em Marketing, *Campus* de Vila Nova de Famalicão.

Duração
A duração deste curso é de 73 horas.