

Curso de Especialização

Customer Experience





Curso de Especialização Customer Experience

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Qualificação: 18 ECTS
- » Carga horária: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Destinado a: pessoas com formação superior no campo das Ciências Sociais, Administrativas e Empresariais

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-customer-experience

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso curso?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estrutura e conteúdo

pág. 20

06

Metodologia

pág. 28

07

O perfil dos nossos alunos

pág. 36

08

Direção do curso

pág. 40

09

Impacto na sua carreira

pág. 44

10

Benefícios para a sua empresa

pág. 48

11

Certificação

pág. 52

01

Boas-vindas

Atualmente, o sucesso de uma empresa depende da sua capacidade de oferecer uma experiência satisfatória ao cliente através de múltiplas ferramentas digitais. A integração de aplicações móveis, a comunicação através das redes sociais ou a utilização de *chatbots* são indispensáveis neste contexto. Assim, ser capaz de gerar sensações únicas é um desafio para os profissionais que querem ter sucesso no setor empresarial. Para facilitar ainda mais a progressão neste campo, a TECH concebeu esta qualificação 100% online que fornece conhecimentos avançados sobre a experiência de compra, as estratégias mais atuais de fidelização dos consumidores e os sistemas utilizados para a análise do *target*. Tudo isto com o melhor material didático e um corpo docente de primeira classe.



Curso de Especialização em Customer Experience
TECH Universidade Tecnológica



“

*Crie uma experiência de utilizador memorável
com este Curso de Especialização 100% online”*

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma Universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudara alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95%

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04 Objetivos

O objetivo deste curso é proporcionar aos alunos uma formação avançada em Customer Experience. Assim, no final dos 6 meses desta opção académica, o aluno terá dominado as principais ferramentas utilizadas para analisar o perfil do consumidor e medir o seu nível de satisfação. Estas técnicas também complementarão a aprendizagem sobre os canais digitais em prol de uma experiência de compra memorável. Para o efeito, a TECH disponibiliza as informações mais atualizadas fornecidas por um corpo docente especializado.



“

Identifique as oportunidades de melhoria e reforce as experiências positivas através da análise das métricas propostas por esta capacitação”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos
Trabalham em conjunto para os alcançar

O Curso de Especialização em Customer Experience capacitará o aluno para:

01

Identificar fontes de dados para a recolha de *feedback* dos clientes

04

Discernir quais os princípios básicos que devem ser mantidos na arquitetura tecnológica do relatório

02

Fornecer as orientações mais adequadas para a recolha de *feedback* dos clientes, de acordo com o momento do *journey*



03

Fornecer as chaves para melhorar a qualidade e o consumo dos dados

05

Compilar recursos e referências inspiradoras para a conceção de um *balanced scorecard* CX eficaz

06

Conceber um *balanced scorecard* de satisfação do cliente eficaz, válido para diferentes funções e orientado para a tomada de decisões

08

Examinar e avaliar a *shopping experience*

09

Utilizar o marketing emocional e o *storytelling* para criar uma experiência de compra memorável

07

Analisar os diferentes aspetos envolvidos no processo de compra e venda, bem como os padrões de consumo do mercado

10

Aplicar técnicas de comunicação eficazes para conseguir um excelente atendimento ao cliente e promover a sua fidelização



11

Integrar a tecnologia em espaços físicos que melhorem a experiência

12

Estabelecer estratégias para aumentar com sucesso a satisfação do cliente e novos modelos de relação com o cliente que liguem o plano digital ao físico

13

Analisar o impacto da tecnologia na experiência de compra e utilizá-la para melhorar a interação com o cliente na loja física

14

Integração de *Chatbots* nos canais digitais para melhorar a eficiência e o atendimento ao cliente

15

Identificar o *Frictionless* e a forma como a fricção pode ser reduzida na experiência do cliente em todos os canais



16

Medir e avaliar a satisfação dos clientes, a eficiência e outros fatores relevantes

18

Gerar e estabelecer um design omnicanal e saber aplicá-lo para criar uma experiência coerente e consistente

19

Explorar a otimização dos motores de pesquisa e a forma como esta pode ser melhorada para atrair mais clientes

17

Desenvolver competências para a gestão e marketing de conteúdos nos canais digitais, incluindo a otimização dos motores de pesquisa e a utilização de *influencers* e celebridades nas redes sociais

20

Identificar a forma como os *influencers* e as celebridades podem ser utilizados para proporcionar uma experiência emocionalmente ligada ao cliente



05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Customer Experience conta com um plano de estudos concebido para oferecer uma aprendizagem intensiva e uma grande utilidade prática desde o primeiro momento. Desta forma, o profissional que frequente este curso será capaz de incorporar as técnicas e estratégias mais eficazes para melhorar a experiência do cliente. Tudo isto, além disso, com numerosos recursos didáticos nos quais a TECH utilizou as últimas tecnologias aplicadas ao ensino universitário.



“

Dispõe de uma biblioteca virtual, acessível 24 horas por dia a partir de qualquer dispositivo digital com ligação à internet”

Plano de estudos

O Curso de Especialização em Customer Experience oferece ao aluno uma experiência de aprendizagem completa sobre a criação de valor através de experiências personalizadas e a implementação de estratégias de fidelização para aumentar a satisfação do cliente.

Para atingir estes objetivos, os alunos irão aprofundar os seus conhecimentos sobre a seleção de métricas e a identificação de cada perfil de consumidor, de forma a analisar o sentimento que gera a compra e a deteção de oportunidades. Além disso, graças aos resumos em vídeo de cada tópico, aos vídeos detalhados, às leituras e aos casos de estudo, o aluno irá aprofundar de forma dinâmica os seus conhecimentos em matéria de *shopping experience* e dos diferentes tipos de canais digitais para criar um serviço ao cliente otimizado.

Da mesma forma, com o método *Relearning*, os alunos avançam no curso de forma mais natural, consolidando os novos conceitos abordados e reduzindo assim as longas horas de estudo e memorização.

Trata-se, sem dúvida, de uma excelente oportunidade para os profissionais que desejam conciliar um ensino de qualidade com as suas atividades quotidianas. Esta capacitação oferece flexibilidade e adapta-se às necessidades reais dos alunos sem necessidade de frequência ou aulas com horários fixos.

Este Curso de Especialização em Customer Experience decorre ao longo de 6 meses e está dividido em 3 módulos:

Módulo 1

Customer Experience *Analytics*

Módulo 2

Shopping Experience

Módulo 3

Digital Platforms Experience



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de frequentar este Curso de Especialização em Customer Experience de forma completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, essencial e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

Módulo 1. Customer Experience *Analytics*

1.1. A qualidade dos dados e a sua ativação. Elementos fundamentais para um balanced scorecard

- 1.1.1. Captura de dados
 - 1.1.1.1. O que, quando e como recolher o *feedback* dos clientes
- 1.1.2. Análise de dados
 - 1.1.2.1. Requisitos para manter um sistema que seja interpretável pelas diferentes camadas da organização ao longo do tempo
- 1.1.3. Tomada de decisões
 - 1.1.3.1. Interpretação e ação

1.2. NPS, a lealdade do cliente

- 1.2.1. NPS: O que é que calcula e como?
- 1.2.2. Utilização do NPS como indicador de referência (KPI). Prós e contras
- 1.2.3. Exemplos e referências sectoriais

1.3. CSAT. Satisfação do cliente

- 1.3.1. CSAT: O que é que calcula e como?
- 1.3.2. Utilização do CSAT como indicador de referência (KPI). Prós e contras
- 1.3.3. Exemplos e referências sectoriais

1.4. KPIs complementares

- 1.4.1. CES: satisfação do cliente com o nível de dificuldade de uma determinada ação
- 1.4.2. CLV: Valor vitalício do cliente
- 1.4.3. Taxas de abandono e retenção
- 1.4.4. Especificidades sectoriais

1.5. Reputação online. Importância dos dados semânticos da internet

- 1.5.1. Escuta ativa na internet: análise da reputação da marca nas redes sociais, nos websites de comparação e no seu próprio website
- 1.5.2. Estratégia de resposta: a interação como ferramenta de gestão da reputação da marca
- 1.5.3. Plataformas de escuta e gestão

1.6. Contact Center. O telefone, uma alavanca poderosa para tomar o pulso do cliente

- 1.6.1. Ilustração do papel da CX no desenvolvimento de um produto de inovação
- 1.6.2. Passos imprescindíveis
- 1.6.3. Erros comuns

1.7. Chaves para alcançar uma visão holística do *feedback* dos clientes

- 1.7.1. Seleção dos seus KPIs ideais
- 1.7.2. Otimização do momento do *journey* para a recolha do *feedback*
- 1.7.3. Identificação da experiência do cliente por tipologia de perfil de cliente

1.8. A arquitetura tecnológica. Aspectos fundamentais

- 1.8.1. Segurança
- 1.8.2. Privacidade
- 1.8.3. Integração
- 1.8.4. Escalabilidade
- 1.8.5. Tempo real

1.9. Balanced scorecard

- 1.9.1. Funções
 - 1.9.1.1. Quem interage, objetivo e frequência
- 1.9.2. Visualização dos dados
 - 1.9.2.1. Plataformas
- 1.9.3. Avaliação das implicações das integrações

1.10. A experiência do cliente a partir de diferentes pontos de partida: o caminho para a excelência

- 1.10.1. Nível de conhecimento do seu cliente e do seu cliente-alvo
- 1.10.2. Gestão da experiência com equipas externas
- 1.10.3. Recursos, tempo e acompanhamento
- 1.10.4. Evangelização por parte da equipa de gestão/executiva

Módulo 2. Shopping Experience

2.1. Shopping Experience 2.1.1. <i>Shopping Experience</i> 2.1.2. Criação de experiências como meio de diferenciação 2.1.3. Chaves para compreender a <i>Shopping Experience</i>	2.2. O processo de compra e o ciclo de vendas 2.2.1. A psicologia do consumidor na tomada de decisões de compra 2.2.2. O ciclo de vendas. Chaves para otimizar o processo de vendas 2.2.3. O mercado e os padrões de compra	2.3. Excelência no serviço de atendimento ao cliente e pós-venda 2.3.1. Atendimento ao cliente e serviço pós-venda 2.3.2. Apoio ao cliente omnicanal 2.3.3. Técnicas eficazes de comunicação com o cliente 2.3.4. Influência do pessoal da loja na experiência de compra	2.4. Personalização na experiência do utilizador 2.4.1. Personalização da experiência do utilizador. Relevância 2.4.2. Influência da personalização nas decisões de compra 2.4.3. Personalização no atendimento físico ao cliente
2.5. Design da experiência do cliente na loja física 2.5.1. Planeamento do layout da loja para melhorar a experiência do cliente 2.5.2. Utilização dos sentidos para gerar emoções positivas no consumidor 2.5.3. Estratégias para melhorar a experiência na loja física	2.6. Tecnologia na loja 2.6.1. Expositores interativos em lojas físicas 2.6.2. <i>Geotargeting</i> : utilização de sinalizadores para personalizar a experiência de compra 2.6.3. Análise de dados para melhorar a experiência de compra	2.7. Marketing emocional na experiência de compra 2.7.1. As emoções nas decisões de compra. Influência 2.7.2. Design de estratégias de marketing emocional 2.7.3. Utilização do <i>storytelling</i> na experiência de compra	2.8. Marketing sensorial na experiência de compra 2.8.1. Marketing sensorial. Relevância 2.8.2. Técnicas de marketing sensorial 2.8.2.1. Os sentidos, geradores de emoções positivas nos consumidores 2.8.3. Tendências no marketing sensorial. Futuro
2.9. Avaliação da <i>shopping experience</i> 2.9.1. Métricas 2.9.2. Recolha de <i>feedback</i> dos clientes 2.9.3. Ações e técnicas para avaliar a experiência na loja física	2.10. Criação de uma experiência de compra memorável 2.10.1. Criação de uma experiência de compra memorável 2.10.2. Tendências do <i>retail</i> 2.10.3. <i>Shopping Experience</i> acessível		

Módulo 3. Digital Platforms Experience

3.1. Os canais digitais

- 3.1.1. A Internet das Coisas (IoT) e o seu papel nos canais digitais
- 3.1.2. Tipos de canais digitais
- 3.1.3. Escolha dos canais digitais certos para a sua empresa

3.2. Canal web

- 3.2.1. Análise da experiência do utilizador no canal web
- 3.2.2. Otimização para motores de busca (SEO)
- 3.2.3. Web design líquido: adaptação aos dispositivos móveis

3.3. Aplicações móveis e redes sociais

- 3.3.1. Tipos de aplicações móveis
- 3.3.2. Funções essenciais de uma aplicação. Implementação
- 3.3.3. Impacto das redes sociais na experiência do cliente
 - 3.3.3.1. Esforços para melhorar a interação e a satisfação dos clientes

3.4. Chatbots

- 3.4.1. Tipos de *chatbots*
 - 3.4.1.1. *Chatbots* baseados em regras
 - 3.4.1.2. *Chatbots* baseados em inteligência artificial
 - 3.4.1.3. *Chatbots* híbridos
- 3.4.2. Integração de *chatbots* nos canais digitais para melhorar o atendimento ao cliente e a eficiência
- 3.4.3. Conceber um *chatbot* para uma experiência de utilizador intuitiva e eficaz

3.5. Tecnologia de voz

- 3.5.1. A tecnologia de voz. Casos de utilização
- 3.5.2. Assistentes virtuais para melhoria da experiência do cliente
- 3.5.3. A tecnologia de voz na experiência do cliente. Tendências e futuro

3.6. Customer Experience nos canais digitais

- 3.6.1. Customer Experience nos canais digitais
- 3.6.2. O web design como motor de melhoria da experiência do utilizador
- 3.6.3. A eficiência como parte da experiência

3.7. Design para canais

- 3.7.1. Design omnicanal
- 3.7.2. Gestão do design para melhorar a experiência nos diferentes canais
- 3.7.3. Sistemas de design: *Atomic Design* e *Design System*

3.8. Trabalhar com canais

- 3.8.1. Marketing de conteúdos
 - 3.8.1.1. Criação de conteúdos valiosos e relevantes para os clientes nos canais digitais
- 3.8.2. Otimização dos canais digitais para melhorar o posicionamento nos resultados de pesquisa
- 3.8.3. Utilização de *influencers* e celebridades para proporcionar uma experiência emocionalmente ligada ao cliente

3.9. Personalização

- 3.9.1. Personalização omnicanal. Experiência de utilizador personalizada
- 3.9.2. Inteligência artificial
 - 3.9.2.1. Clusterização e hiperpersonalização
- 3.9.3. A personalização para criar ofertas e promoções relevantes e atrativas para cada cliente

3.10. Omnicanalidade e *frictionless*

- 3.10.1. O conceito *frictionless* e o impacto na experiência do cliente
- 3.10.2. Identificação e gestão da fricção com o cliente



“

Aumente os rácios de satisfao e engagement do cliente com a marca com as últimas tendências digitais de Customer Experience”

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



Práticas de aptidões e competências

Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

O perfil dos nossos alunos

O Curso de Especialização destina-se a pessoas com formação superior no domínio das Ciências Sociais, Administrativas e Empresariais.

A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste curso.

Os profissionais que tenham concluído um Curso de qualquer área e dois anos de experiência de trabalho no campo da experiência do cliente são também elegíveis para o curso.





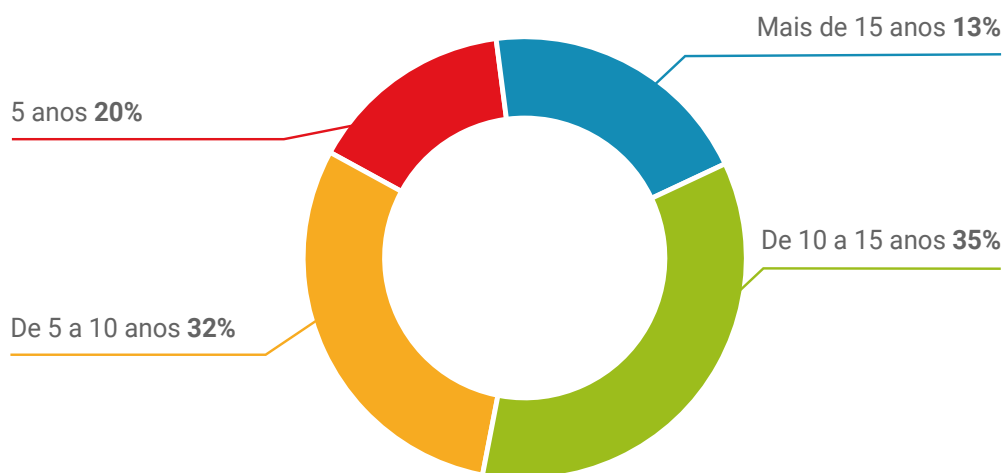
“

Se tem formação em Marketing e pretende progredir na área da aquisição de clientes, este é o curso ideal para si”

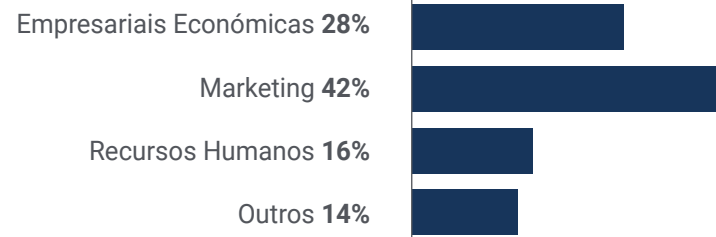
Idade média

Entre **35** e **45** anos

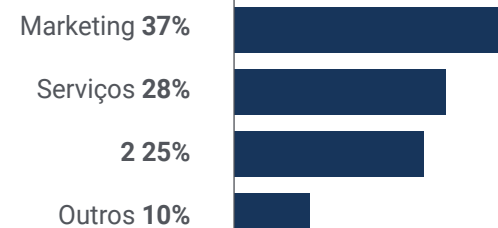
Anos de experiência



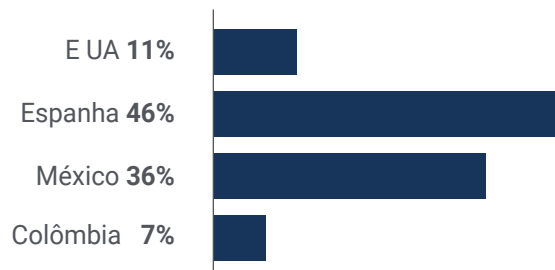
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Laura Cortijo Suárez

Especialista em Customer Experience

"Este curso foi uma mais-valia para a minha carreira. Permitiu-me integrar novas estratégias digitais e tirar o máximo partido delas para melhorar a experiência dos clientes das empresas com que trabalho. Uma oportunidade única de aprender com os melhores especialistas"

08

Direção do curso

Um dos elementos que distingue este curso é o corpo docente responsável pela conceção e desenvolvimento dos seus conteúdos educativos. Graças à sua extensa carreira profissional no setor do Marketing, Captação de Clientes e UXLearn em empresas destacadas a nível nacional e internacional, o aluno tem a garantia de ter acesso a informações valiosas para impulsionar os seus conhecimentos e a sua carreira no domínio da Customer Experience.



A black and white photograph showing three people from a side profile, looking intently at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay on the right side of the page.

“

Distintos profissionais de marketing e captação de clientes serão responsáveis por lhe fornecer as informações mais recentes em matéria de Customer Experience”

Direção



Dra. Pilar Yépez Molina

- ♦ Consultora e Formadora de Marketing para Empresas sob a marca La Digitalista
- ♦ Diretora Criativa Executiva e Sócia Fundadora da ÚbicaBelow, onde criou e desenvolveu campanhas de Marketing Online e Offline
- ♦ Diretora Criativa Executiva na Sidecar SGM, onde criou e desenvolveu campanhas de Marketing Promocional e Relacional para Clientes Online e Offline
- ♦ Responsável Criativa Online e Criativa Executiva na MC Comunicación
- ♦ Docente de Marketing Digital no Colegio de Periodistas de Cataluña
- ♦ Docente de Marketing Digital e Estratégias de Comunicação na Licenciatura em Engenharia da BES La Salle
- ♦ Docente de Marketing Digital na Euncet Business School
- ♦ Pós-Graduação em Marketing Relacional no Instituto de la Economía Digital ICEMD
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas na Universidad de Sevilla

Professores

Dra. Marta Aparicio Ruiz

- ◆ Diretora de Marketing na BioGreen Tech
- ◆ Diretora de Marketing na EMEA Iberostar Hotel & Resort
- ◆ Diretora de Negócios Digitais no Selenta Group
- ◆ Responsável pela angariação de clientes na LetsBonus
- ◆ Online Country Manager na Vueling Airlines
- ◆ Gestora de Marketing Online de Companhias Aéreas
- ◆ Professora de Gestão de Marketing Digital e Comunicação Empresarial na Internet na ESDEN
- ◆ Professora de Estratégia e Criatividade Publicitária na Universidade Ramon Llull
- ◆ Licenciatura em Economia pela Universidade Pompeu Fabra
- ◆ Licenciatura em Multimédia pelo Centro da Imagem e Tecnologias Multimédia

Dra. Estefania Luchena Guarmer

- ◆ Cat Salut
- ◆ Banc Sabadell
- ◆ CaixaBank (CaixaBank Consumer Finance e Caixabank Digital) BBVA, Línea Direta, etc.
- ◆ Licenciatura em Técnica Especialista em Design Gráfico e Multimédia e em Informática de Gestão pela Universidade ESERP-ESDAI
- ◆ Scrum Certified & Product Owner pela Escola Internacional de Gestão de Projetos (EIGP) Product Owner, Certificado em Agile Project Management e certificação SCPO (Scrum Certified & Product Owner)
- ◆ Scrum Master em Talento Digital Programa Avançado Agile Project Managment
- ◆ Certificado HTML+CSS Avançado e Web Design pela SoftObert
- ◆ Certificado HTML5+CSS3 Responsive e Web Design pela SoftObert
- ◆ Certificação em Programação Neurolinguística (PNL)
- ◆ Mestrado em Gestão de Empresas de Moda na ESDEN Business School
- ◆ Dupla Licenciatura em Direito-ADE na Universidad de Castilla-La Mancha

09

Impacto na sua carreira

Esta opção académica foi concebida para impulsionar as carreiras dos alunos que a escolham. Por esta razão, os conteúdos desta capacitação têm uma perspetiva teórico-prática que lhes permitirá incorporar as estratégias de Customer Experience de maior sucesso no seu trabalho diário. Desta forma, o aluno aumentará o seu campo de atuação e poderá realizar as suas aspirações de progressão profissional no setor.



“

Alcance os objetivos profissionais a que se propôs no domínio da Customer Experience graças à TECH”

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente progresso profissional

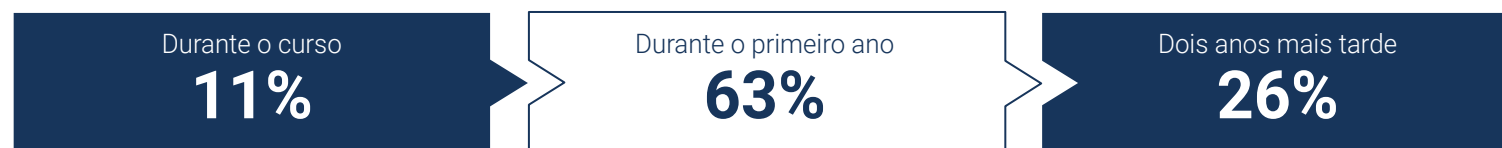
O Curso de Especialização em Customer Experience da TECH prepara os alunos para enfrentarem desafios e decisões empresariais no domínio da gestão da experiência do cliente. O objetivo principal é promover o crescimento pessoal e profissional do aluno, ajudando-o a ser bem sucedido.

Se quiser superar-se a si próprio, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar com os melhores, este é o lugar para si.

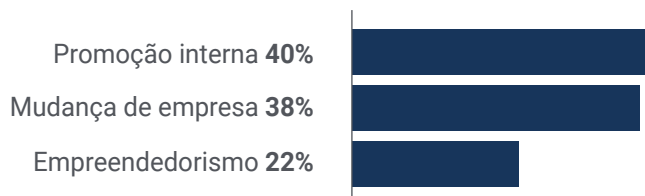
Torne-se num especialista na melhoria do serviço pós-venda e aumente o seu campo de atuação profissional.

Irá conseguir uma mudança positiva na sua carreira e na experiência de compra dos seus clientes.

Momento de mudança

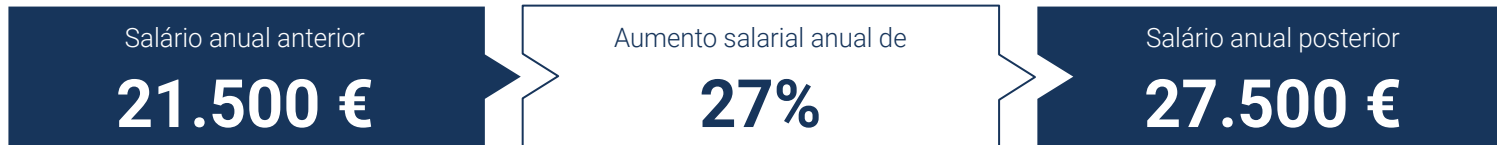


Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste curso significa um aumento salarial de mais de **27%** para os nossos alunos



10

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Especialização em Customer Experience contribui indubitavelmente para o domínio da matéria por parte dos alunos, mas também para a empresa onde exercem as suas funções. Desta forma, as entidades aumentam o seu prestígio ao disporem de profissionais altamente qualificados que atualizam constantemente os seus conhecimentos e que incorporam as últimas tendências neste campo. Uma opção académica que abre um leque de possibilidades tanto para os profissionais como para as empresas das quais fazem parte.



“

Na era digital, o profissional de Customer Experience deve estar a par das últimas tendências. Obtenha essa atualização com este Curso de Especialização”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



11

Certificação

O Curso de Especialização em Customer Experience garante, para além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Especialização em Customer Experience** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de recepção, o certificado* correspondente ao título de **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso de Especialização e cumprirá os requisitos normalmente exigidos por ofertas de emprego, concursos públicos e avaliações da carreira profissional.

Certificação: **Curso de Especialização em Customer Experience**

ECTS: **18**

Carga horária: **450 horas**



*Apostila de Haia Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo com um custo adicional.



Curso de Especialização Customer Experience

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Qualificação: 18 ECTS
- » Carga horária: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Customer Experience

