

Curso de Especialização

Investigação em Customer Experience



Curso de Especialização Investigação em Customer Experience

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Qualificação: 18 ECTS
- » 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-investigacao-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

O novo ecossistema digital está a obrigar as empresas a evoluir as suas estratégias para atrair novos clientes, fidelizar os atuais e melhorar a satisfação no processo de compra. Neste cenário, dispor das ferramentas mais avançadas para o estudo do mercado potencial e a descoberta de novos nichos é fundamental para o sucesso empresarial. Por este motivo, a TECH criou esta capacitação 100% online que fornece aos profissionais as últimas informações sobre técnicas de investigação, análise do perfil do consumidor e tecnologia para implementar um bom sistema de Customer Experience. Tudo isto, além disso, com conteúdos preparados pelos melhores especialistas e conteúdos acessíveis 24 horas por dia a partir de qualquer dispositivo digital com ligação à internet.



Curso de Especialização em Investigação em Customer Experience
TECH Universidade Tecnológica



“

Desenvolva planos de investigação de sucesso em Customer Experience graças a 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 dos 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 ajudar a 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 alto reconhecimento internacional que proporcionará aos alunos o conhecimento necessário para se desenvolverem em um mundo dinâmico, onde a inovação deve ser a principal aposta de todo empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar aos cursos um inovador sistema interativo de multivídeo.



Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é econômico. Você não precisa fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para concluir os cursos da TECH, os limites de inteligência e capacidade do aluno serão testados. O padrão acadêmico desta instituição é muito alto...

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



Networking

Os cursos da TECH são realizados por profissionais de todo o mundo, permitindo que os alunos possam criar uma ampla rede de contatos que será útil para seu futuro.

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

O aluno crescerá ao lado das melhores empresas e dos profissionais mais prestigiosos e influentes. A TECH desenvolveu parcerias estratégicas e uma valiosa rede de contatos com os principais agentes econômicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este programa é uma proposta única para revelar o talento do aluno no mundo dos negócios. Uma oportunidade para demonstrar suas inquietudes e sua visão de negócio.

Ao concluir este programa, a TECH ajuda o aluno a mostrar ao mundo o seu talento.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno irá desfrutar de uma experiência única. Estudará em um contexto multicultural. Em um curso com visão global, através do qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, reunindo as informações mais atuais que melhor se adaptam à sua ideia de negócio.

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



A TECH prima pela excelência e, para isso, conta com uma série de características que a tornam uma universidade única:



Análise

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



Excelência acadêmica

A TECH coloca à disposição do aluno a melhor metodologia de aprendizagem online. A universidade combina o método Relearning (a metodologia de aprendizagem de pós-graduação mais bem avaliada internacionalmente) com o Estudo de Caso. Tradição e vanguarda em um equilíbrio desafiador, com o itinerário acadêmico mais rigoroso.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Conta com um portfólio de mais de 10.000 cursos de pós-graduação. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Dessa forma, garantimos que estudar não seja tão caro quanto em outra universidade.



Aprenda com os melhores

Em sala de aula, a equipe de professores da TECH explica o que os levou ao sucesso em suas empresas, trabalhando a partir de um contexto real, animado e dinâmico. Professores que se envolvem ao máximo para oferecer uma capacitação de qualidade, permitindo que o aluno cresça profissionalmente e se destaque no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH você terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atuais do mundo acadêmico"

03

Porquê o nosso curso?

Concluir o curso 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 a um futuro promissor. O aluno aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o programa mais completo do mercado, o que nos permite oferecer ensino do mais alto nível académico”

Este curso irá proporcionar diversas vantagens profissionais e pessoais, entre elas:

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno será capaz de assumir o controle do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Ao concluir este programa, o aluno irá adquirir as habilidades necessárias para promover uma mudança positiva em sua carreira em um curto espaço de tempo.

70% dos participantes desta capacitação alcançam uma mudança profissional positiva em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada sobre gestão geral, permitindo que o aluno entenda como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na gestão empresarial

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

Você irá trabalhar mais de 100 casos reais de alta gestão.

04

Você irá assumir novas responsabilidades

Durante o programa de estudos, serão apresentadas as últimas tendências, avanços e estratégias, para que os alunos possam desenvolver seu trabalho profissional em um ambiente que está em constante mudança.

45% dos alunos são promovidos dentro da empresa que trabalham.

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

A TECH conecta seus alunos para maximizar as oportunidades. Alunos com as mesmas inquietudes e desejo de crescer. Assim, será possível compartilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Você irá encontrar uma rede de contatos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

O aluno irá adquirir uma visão estratégica aprofundada que irá ajudá-lo a desenvolver seu próprio projeto, levando em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos alunos desenvolvem sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar soft skills e habilidades de gestão

A TECH ajuda o aluno a aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos e melhorar suas habilidades interpessoais para se tornar um líder que faz a diferença.

Melhore as suas habilidades de comunicação e liderança e impulsiona a sua carreira.

08

Fazer parte de uma comunidade exclusiva

O aluno fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, renomadas instituições e profissionais qualificados procedentes das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Universidade Tecnológica.

Oferecemos a você a oportunidade de se especializar com uma equipe de professores internacionalmente reconhecida.

04 Objetivos

O objetivo deste Curso é fornecer aos alunos as técnicas e metodologias de investigação mais eficazes e atuais para medir a experiência do utilizador. Para atingir esta meta, a TECH fornece não só o material didático mais inovador, mas também simulações de casos de estudo que levarão o aluno a integrar no seu trabalho diário as estratégias mais avançadas para a sua progressão profissional no domínio da Customer Experience.



“

Graças às estratégias de investigação proporcionadas por esta capacitação, será capaz de detetar potenciais nichos de mercado para as suas marcas"

A TECH assume como seus os objetivos dos seus alunos
Trabalham em conjunto para os alcançarem

Este Curso de Especialização em Investigação em Customer Experience capacitará o aluno para:

01

Analisar e medir a experiência do utilizador sob diferentes prismas

04

Desenvolver as vantagens competitivas de uma empresa

02

Dirigir projetos de investigação que combinem técnicas quantitativas e qualitativas



03

Identificar as necessidades e os pontos sensíveis a melhorar

05

Demonstrar e defender propostas para a tomada de decisões estratégicas da organização

06

Estabelecer metodologias de trabalho que agilizem e promovam a criatividade e a melhoria contínua

08

Identificar e propor necessidades do mercado potencial, carências e pontos sensíveis de otimização em produtos, serviços e processos internos

09

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

07

Desenvolver soluções eficazes para problemas complexos

10

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



11

Fundamentar os principais aspetos da gestão da experiência com equipas externas

12

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

13

Conceber um balanced scorecard de satisfação do cliente eficaz, multifuncional e orientado para a tomada de decisões

14

Fundamentar a estreita relação entre a tecnologia e uma cultura baseada na experiência do cliente

15

Desenvolver um diagnóstico tecnológico como ponto de partida para a orquestração da informação do cliente



16

Detalhar os diferentes tipos de fontes de recolha de *feedback* dos clientes

18

Definir o valor acrescentado de uma plataforma de Customer Experience *Management* (CEM)

19

Analisar a utilidade da utilização de uma Customer Data Platform (CDP) e os processos e sistemas que ajudam a alimentar as informações sobre os clientes e a acompanhar o mercado

17

Identificar os elementos fundamentais para a criação e desenvolvimento de uma CRM sólida

20

Especificar os elementos fundamentais para uma utilização segura e legal dos dados dos clientes no âmbito do RGPD



05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Investigação em Customer Experience visa proporcionar, em apenas 6 meses, os conhecimentos mais exaustivos neste campo. Por esta razão, os alunos terão à sua disposição um programa curricular concebido por verdadeiros especialistas na matéria e numerosos materiais didáticos inovadores que constituem a biblioteca virtual desta opção académica.



“

Os conteúdos multimédia, casos de estudo e leituras complementares estão disponíveis 24 horas por dia, 7 dias por semana”

Plano de estudos

Esta capacitação universitária foi concebida tendo em conta as últimas tendências no campo da investigação orientada a melhorar a satisfação do cliente. Um curso que marcará, sem dúvida, um antes e um depois na carreira dos alunos que o frequentam com o objetivo de aprofundarem os seus conhecimentos num domínio que lhes permita realizar as suas aspirações profissionais.

Assim, a TECH proporciona conteúdos educativos que levarão o aluno, desde o primeiro momento, a aprofundar as técnicas utilizadas atualmente para o estudo e análise do perfil do consumidor tendo em conta o novo espaço de consumo digital. Além disso, graças aos resumos em vídeo de cada tema, vídeos de aprofundamento, leituras essenciais e casos de estudo, o profissional aprofundará de forma mais dinâmica os seus conhecimentos sobre as ferramentas de escuta ativa, identificação de oportunidades e gestão da experiência

em função do nível de maturidade da empresa neste campo.

Além disso, o método *Relearning*, baseado na repetição contínua de conteúdos essenciais, permite ao aluno aprender muito mais eficazmente e reduzir as horas de memorização.

Além disso, a ausência de presença em sala de aula com horários restritos proporciona uma maior flexibilidade na autogestão do estudo, permitindo ao aluno conciliar as suas atividades pessoais quotidianas com uma formação de qualidade e na vanguarda do mundo académico.

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

Módulo 1

Customer Science: investigação em Customer Experience

Módulo 2

Customer Experience Analytics

Módulo 3

Tecnologia e ferramentas avançadas de Customer Experience. Customer Department Platform (CDP)



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de frequentar este Curso de Especialização em Investigação em Customer Experience de forma completamente online. Durante os 6 meses da especialização, o aluno poderá aceder a todo o seu conteúdo em qualquer altura, o que lhe permitirá 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 Science: investigação em Customer Experience

1.1. Princípios e valor da Customer Experience

- 1.1.1. Diferenças entre CX e UX
- 1.1.2. A Customer Experience como estratégia da empresa
- 1.1.3. Transformação CX: um passo em frente na cultura organizacional

1.2. Fator fundamental em CX: a omnicanalidade

- 1.2.1. Omnicanalidade. CX omnicanal
- 1.2.2. Experiência do utilizador omnicanal. Pontos-chave
- 1.2.3. Determinação da maturidade omnicanal

1.3. Mapa global de relações entre serviços e clientes: Blueprint

- 1.3.1. Blueprint. Utilidade
- 1.3.2. Benefícios da Blueprint na CX
- 1.3.3. Design de um blueprint

1.4. Processo de evolução da CX de uma empresa. Investigação

- 1.4.1. Investigação em termos de CX
- 1.4.2. Âmbito de estudo
 - 1.4.2.1. Ciclo de vida do cliente
 - 1.4.2.2. Fases
 - 1.4.2.3. Objetivos de investigação
- 1.4.3. Técnicas de trabalho de melhoria de CX. Exercícios práticos
- 1.4.4. Investigação com recursos limitados
- 1.4.5. *Research OPS*

1.5. Conhecimento do cliente potencial. Personagens arquetípicos

- 1.5.1. O conhecimento do cliente como base do design de experiências
- 1.5.2. Os 12 arquétipos de Jung
- 1.5.3. Design de personagens

1.6. Customer Journey na CX

- 1.6.1. Customer Journey. Utilidade
- 1.6.2. Customer Journey. Contributos
- 1.6.3. Design de um customer journey: Aspetos fundamentais

1.7. Técnicas quantitativas em CX

- 1.7.1. Técnicas quantitativas. Âmbito de aplicação
- 1.7.2. Tipos de técnicas quantitativas: utilidade e indicadores de medição
 - 1.7.2.1. Inquéritos
 - 1.7.2.2. Teste de utilizadores ou *User Test*
 - 1.7.2.3. Test A-B
 - 1.7.2.4. Integração de métricas nos processos
 - 1.7.2.5. *Card-sorting*
 - 1.7.2.6. *Tree-test*
 - 1.7.2.7. *Eye-tracking*

1.8. Técnicas qualitativas em CX

- 1.8.1. Técnicas qualitativas. Âmbito de aplicação
- 1.8.2. Tipos de técnicas qualitativas: utilidade e indicadores de medição
 - 1.8.2.1. Avaliação heurística
 - 1.8.2.2. *Benchmark*
 - 1.8.2.3. Teste de utilizadores ou *User Test*
 - 1.8.2.4. Entrevistas pessoais
 - 1.8.2.5. *Focus Group*
 - 1.8.2.6. *Shadowing // Mystery*
 - 1.8.2.7. Estudo de diários

1.9. Metodologias para utilização em CX

- 1.9.1. Metodologias de trabalho
- 1.9.2. *Design Thinking*. Aplicação prática em CX
- 1.9.3. *Lean UX*. Aplicação prática em CX
- 1.9.4. *Agile*. Aplicação prática em CX

1.10. Acessibilidade como parte da CX

- 1.10.1. A acessibilidade como parte da CX
- 1.10.2. Níveis de acessibilidade da Web. Aspetos legais
- 1.10.3. Websites, produtos e serviços acessíveis

Módulo 2. Customer Experience Analytics**2.1. A qualidade dos dados e a sua ativação. Elementos fundamentais para um balanced scorecard**

- 2.1.1. Captura de dados
 - 2.1.1.1. O que, quando e como recolher o *feedback* dos clientes
- 2.1.2. Análise de dados
 - 2.1.2.1. Requisitos para manter um sistema que seja interpretável pelas diferentes camadas da organização ao longo do tempo
- 2.1.3. Tomada de decisões
 - 2.1.3.1. Interpretação e ação

2.2. NPS, a lealdade do cliente

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

2.3. CSAT. Satisfação do cliente

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

2.4. KPIs complementares

- 2.4.1. CES: satisfação do cliente com o nível de dificuldade de uma determinada ação
- 2.4.2. CLV: Valor vitalício do cliente
- 2.4.3. Taxas de abandono e retenção
- 2.4.4. Especificidades sectoriais

2.5. Reputação online. Importância dos dados semânticos da internet

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

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

- 2.6.1. Ilustração do papel da CX no desenvolvimento de um produto de inovação
- 2.6.2. Passos imprescindíveis
- 2.6.3. Erros comuns

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

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

2.8. A arquitetura tecnológica. Aspectos fundamentais

- 2.8.1. Segurança
- 2.8.2. Privacidade
- 2.8.3. Integração
- 2.8.4. Escalabilidade
- 2.8.5. Tempo real

2.9. Balanced scorecard

- 2.9.1. Funções
 - 2.9.1.1. Quem interage, objetivo e frequência
- 2.9.2. Visualização dos dados
 - 2.9.2.1. Plataformas
- 2.9.3. Avaliação das implicações das integrações

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

- 2.10.1. Nível de conhecimento do seu cliente e do seu cliente-alvo
- 2.10.2. Gestão da experiência com equipas externas
- 2.10.3. Recursos, tempo e acompanhamento
- 2.10.4. Evangelização por parte da equipa de gestão/executiva

Módulo 3. Tecnologia e ferramentas avançadas de Customer Experience. Customer Department Platform

3.1. A tecnologia, facilitadora da experiência do cliente

- 3.1.1. Chaves para um sistema de CX apoiado pela tecnologia
- 3.1.2. Tecnologia vinculada à CX
- 3.1.3. A tecnologia ao serviço das pessoas
- 3.1.4. Aplicação prática

3.2. Diagnóstico tecnológico inicial para potenciar a experiência do cliente

- 3.2.1. Realização de um diagnóstico em inovação e tecnologia
- 3.2.2. Tipos de empresas de acordo com a sua maturidade tecnológica
- 3.2.3. Fases de uma implementação eficaz da tecnologia

3.3. Sistemas de recolha de informações dos clientes

- 3.3.1. O *feedback* dos clientes como base para uma CX acionável
- 3.3.2. Fontes de recolha de informação direta
- 3.3.3. Fontes de recolha de informação indireta
- 3.3.4. Fontes inovadoras de aquisição de clientes
- 3.3.5. Aplicação prática

3.4. Sistemas de recolha e armazenamento de informações sobre os clientes: CRM

- 3.4.1. El CRM. Relevância
- 3.4.2. Aplicações práticas da CRM numa empresa
- 3.4.3. As integrações como elemento essencial para alimentar e otimizar a utilização da CRM
- 3.4.4. Elementos fundamentais para a criação e manutenção de informações em CRM

3.5. Sistemas para a análise e obtenção de *Insights* dos clientes

- 3.5.1. Visão de cliente 360°
- 3.5.2. Diferenças entre CRM e CEM
- 3.5.3. Chaves para a criação de um sistema. CEM útil
- 3.5.4. Aplicação prática

3.6. Sistemas para alimentar os *Customer Profiles*

- 3.6.1. Gerir a informação da CRM para aumentar o conhecimento dos clientes
- 3.6.2. Plataformas que facilitam uma visão holística dos clientes
- 3.6.3. Aplicação prática

3.7. Sistemas para impulsionar e personalizar a experiência do cliente: CDP

- 3.7.1. CustomerData Platform (CDP)
- 3.7.2. CDP para melhorar a CX
- 3.7.3. Customer Intelligence Platform (CIP), um passo além da CDP

3.8. Sistemas de estudos de mercado

- 3.8.1. A importância de envolver o cliente atual e potencial
- 3.8.2. *CX Research* para integrar o cliente nas nossas decisões estratégicas
- 3.8.3. Plataformas para monitorizar *insights* e tendências de mercado
- 3.8.4. Aplicação prática

3.9. RGPD, um sistema seguro para o tratamento dos dados dos clientes

- 3.9.1. RGPD. A quem se aplica?
- 3.9.2. Elementos fundamentais para o cumprimento do RGPD
- 3.9.3. Incumprimento do RGPD. Consequências

3.10. O ecossistema tecnológico para impulsionar a estratégia de CX

- 3.10.1. Importância de uma tecnologia sólida para uma CX excelente
- 3.10.2. Diagrama de integração de sistemas de CX
- 3.10.3. Chaves para garantir que a tecnologia não se vira contra a CX



“

Potencie a estratégia de CX no novo ecossistema tecnológico com esta capacitação universitária avançada”

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“*Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios*”

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



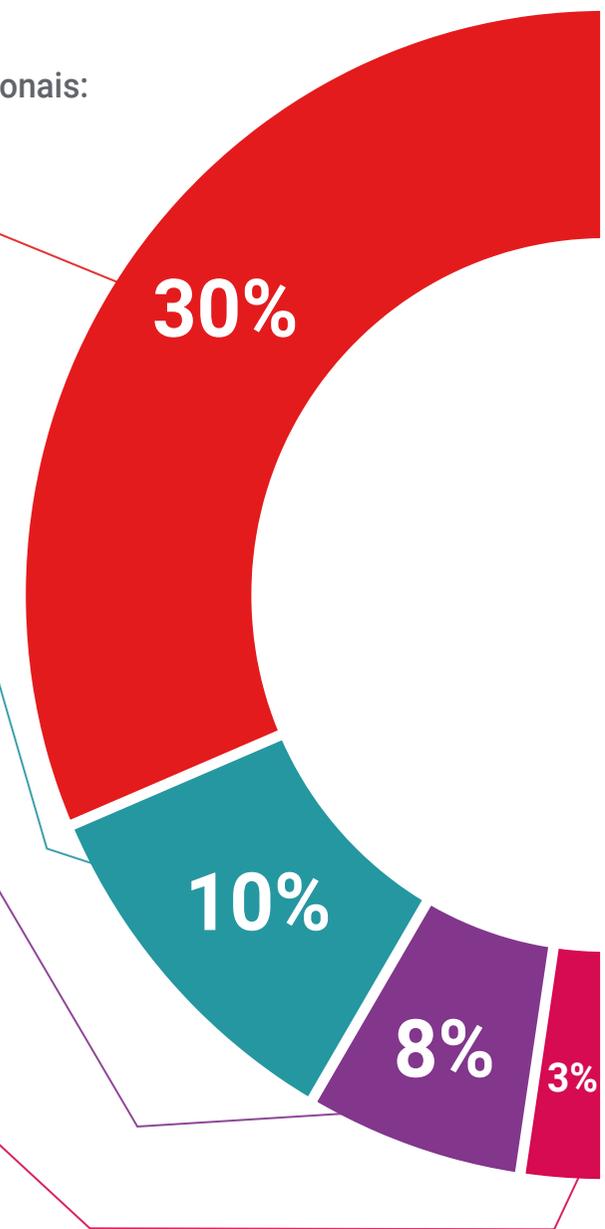
Práticas de habilidades gerenciais

Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado 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 for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

O perfil dos nossos alunos

O curso destina-se a pessoas com formação superior no campo 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.





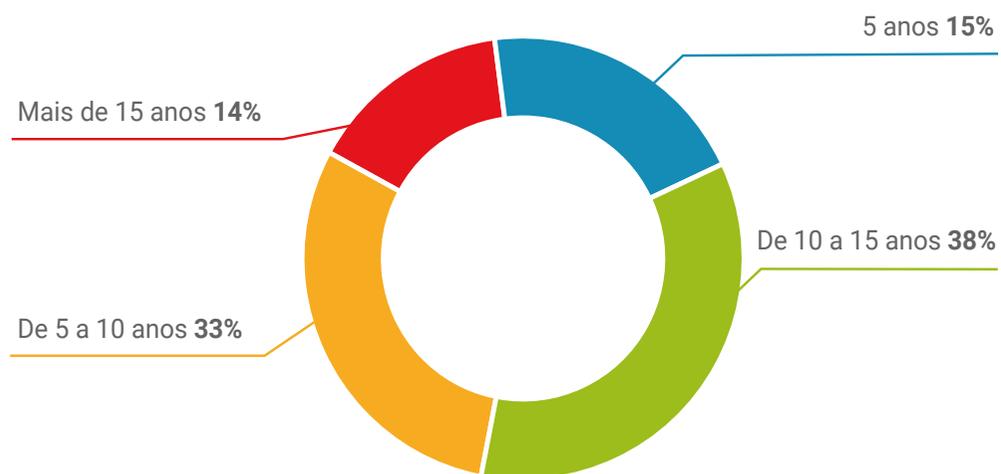
“

Melhore as suas competências de escuta ativa dos clientes nas redes sociais e na sua análise para melhorar a atenção que recebem das marcas”

Idade média

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

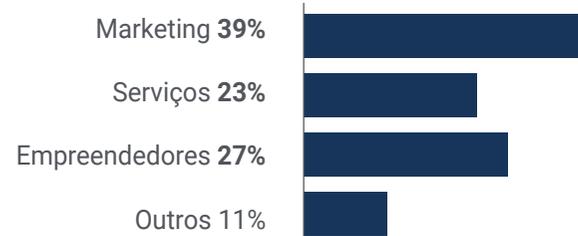
Anos de experiência



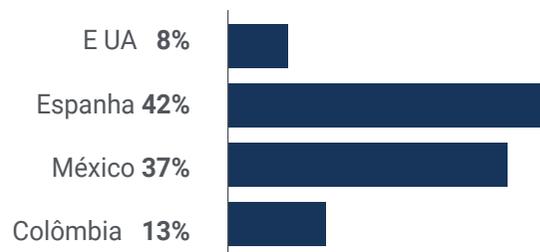
Formação



Perfil académico



Distribuição geográfica



Julia Ruiz

Especialista em Marketing e Customer Experience

"Não é fácil encontrar uma capacitação com conteúdos avançados que seja também compatível com o trabalho. Nesta ocasião, a TECH proporcionou-me tudo o que procurava e também me permitiu progredir na gestão da Customer Experience para empresas importantes"

08

Direção do curso

A TECH reuniu neste Curso quadros e professores de alto nível no mundo do marketing e da aquisição de clientes. A sua grande capacidade de desenvolvimento neste setor e de integração das últimas tendências em matéria de estudos de mercado e de satisfação dos consumidores está patente nos conteúdos educativos a que os alunos terão acesso, a qualquer hora do dia, a partir de um dispositivo digital com ligação à internet.



“

Excelentes profissionais do mundo do Marketing serão responsáveis por lhe proporcionar uma aprendizagem avançada em Investigação em 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. Estefanía Luchena Guarner

- Consultora Digital Sénior na AKTIOS
- Cat Salut
- Banc Sabadell
- CaixaBank (CaixaBank Consumer Finance e Caixabank Digital)
- BBVA, Línea Directa, etc...
- Licenciatura em Design Gráfico e Multimédia e Informática de Gestão na Universidad ESERP-ESDAI
- Scrum Certified & Product Owner na Escuela Internacional de Gestión de Proyectos (EIGP)
- Product Owner, Certificado de Agile Project Management e SCPO (Scrum Certified & Product Owner)
- Scrum Master na Talento Digital Programa Avanzado Agile Project Managment
- Certificado HTML+CSS Avançado e Web Design na SoftObert
- Certificado HTML5+CSS3 Responsive e Web Design na SoftObert
- Certificação em Programação Neurolinguística (PNL)

Dr. Daniel Rueda Salvador

- Customer Intelligence Director no Iberostar Group
- Digital Project Manager no Iberostar Group
- Analista de Inovação e Guest Experience
- Consultor de Comércio Externo e Investimento
- Agente de Receção e Atendimento ao Cliente
- Mestrado em Gestão Empresarial Internacional no Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO)
- Curso de Desenvolvimento de Gestão e Administração na Deusto Business School
- Licenciatura em Administração e Gestão de Empresas com Especialização em Marketing e Vendas na Deusto Business School



*Uma experiência de capacitação
única, fundamental e decisiva
para impulsionar o seu
desenvolvimento profissional”*

09

Impacto na sua carreira

Este curso foi concebido com o objetivo de promover a carreira dos alunos que o frequentam. A elevada procura de especialistas qualificados por parte das grandes empresas para a incorporação das estratégias mais eficazes de Customer Experience fica evidente neste Curso de Especialização, que incorpora as últimas tendências em técnicas de investigação.



“

Distinga-se na indústria através do design de um modelo de governação da satisfação do cliente eficaz”

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

O Curso de Especialização intensivo em Investigação em Customer Experience 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.

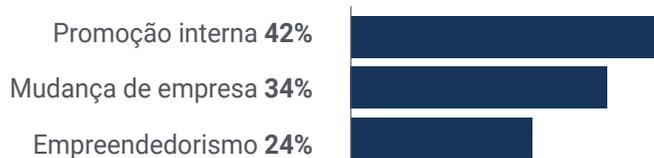
Alcance as suas aspirações profissionais no domínio da Investigação em Customer Experience com esta capacitação.

Supere-se com a implementação das ferramentas mais avançadas para gerir a experiência do cliente.

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

Este curso foi concebido para promover não só o crescimento do profissional, mas também o das empresas onde desempenha as suas funções diárias. Desta forma, as empresas poderão contar com pessoal especializado capaz de incorporar as mais recentes técnicas de investigação destinadas a aumentar a satisfação dos clientes das principais empresas e marcas do mercado atual. Sem dúvida, uma oportunidade de crescimento mútuo.



“

Com esta capacitação, irá aprofundar as estratégias de investigação utilizadas pelas empresas para identificar os perfis dos consumidores”

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 perspectivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

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

03

Construção de agentes de mudança

Os alunos serão capazes de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este curso 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 da I&D ou do desenvolvimento do negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este Curso de Especialização irá equipar os seus profissionais com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionarem a organização.



11

Certificação

O Curso de Especialização em Investigação 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 Investigação em Customer Experience** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, 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 Investigação 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
Investigação em
Customer Experience

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Qualificação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Investigação em Customer Experience