



PLANO DE CURSO

Marketing de Relacionamento

Formação Inicial e Continuada/Aperfeiçoamento

Eixo Tecnológico: Gestão & Negócios

Segmento: Comércio

Janeiro/2016

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

Título do Curso: Marketing de Relacionamento

Eixo Tecnológico: Gestão & Negócios

Carga Horária: 15 horas

Código do DN: 176.4

2. REQUISITOS DE ACESSO

Requisitos de acesso:

- Idade mínima: 18 anos
- Escolaridade: Ensino Médio (Cursando ou completo)
- Desejável conhecimento de informática em nível usuário em editor de texto, planilha eletrônica e internet.

Documentos exigidos para matrícula:

- Documento de identidade.
- CPF.
- Comprovante de escolaridade.
- Comprovante de residência.

Quando a oferta deste curso ocorrer por meio de parceria, convênio ou acordo de cooperação com outras instituições, deverão ser incluídas neste item as especificações, caso existirem. No caso de menor de idade, o mesmo deverá vir acompanhado de responsável portando os documentos RG e CPF.

3. JUSTIFICATIVA

Tendo em vista sua missão institucional de educar para o trabalho em atividades de comércio de bens, serviços e turismo, seu compromisso com a qualidade da educação, orientando-se pelos princípios e valores da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, lei nº 9394/96 e suas alterações conforme lei nº 11.741/08, pelo Decreto Federal nº 5.154/04 e pelo Parecer CNE/CEB nº 11/2008, o SENAC-PE programou este curso para responder às necessidades educacionais decorrentes das atuais formas de organização e gestão que provocaram mudanças estruturais no mundo do trabalho.

4. OBJETIVO DO CURSO

Este curso tem como objetivo apresentar os principais conceitos e práticas do marketing de relacionamento nos mercados organizacional e consumidor, definindo as soluções

de CRM que integrem estratégias, processos, pessoas e tecnologias da informação, resultando em ações eficazes de marketing, alinhadas com a realidade da nova economia e com as características dos clientes.

5. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

5.1 Unidade Curricular: Marketing de Relacionamento

5.2 Indicador de Desempenho:

Aplica conceitos e práticas do marketing de relacionamento nos mercados organizacional e consumidor, definindo as soluções de CRM que integrem estratégias, processos, pessoas e tecnologias da informação, resultando em ações eficazes de marketing.

5.3 Elementos do curso¹:

Conhecimentos:

- Definições do Marketing de Relacionamento;
- Marketing de Relacionamento e CRM (Customer Relationship Management);
- Marketing Direto, Database Marketing e Call Center;
- Implementação do Customer Relationship Management (CRM);
- Recursos do CRM;
- Colaboradores, CRM e o Marketing de Relacionamento;
- Longevidade do Relacionamento com Clientes e Parceiros Comerciais;
- Atração, Satisfação e Retenção de Clientes;
- Tendências para o Marketing de Relacionamento.

Habilidades:

- Ler e interpretar relatórios e documentos;
- Pesquisar e organizar dados, documentos e informações;
- Demonstrar capacidade de análise e síntese;
- Trabalhar em equipe;
- Gerenciar tempo e atividades de trabalho.

Atitudes/valores:

- Cordialidade no trato com pessoas;
- Respeito à diversidade;
- Sigilo no recebimento, manipulação e encaminhamento das informações das organizações;
- Zelo na apresentação pessoal;

¹ Listagem de conhecimentos e/ou habilidades e/ou valores/atitudes (SENAC. *Modelo Pedagógico Nacional - síntese*. Setembro/2014, p. 14).

6. ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

As estratégias pedagógicas adotadas no desenvolvimento do curso proporcionarão ao docente e ao aluno a participação ativa e condições de aprender a aprender. Abrangerão situações diversificadas, possibilitando flexibilidade de comportamento e autodesenvolvimento, especialmente nas aulas e atividades práticas, através de ambientes adequados e da adoção de técnicas que reflitam, na medida do possível, situações reais de trabalho.

Serão adotados procedimentos que envolvam análise e solução de problemas, estudos de caso, pesquisa, simulações e demais procedimentos, de modo a mobilizar conhecimentos, estimular a percepção analítica, a contextualização de informações e a construção e reconstrução do conhecimento, visando assegurar o saber, o saber fazer e o saber ser.

7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

De forma coerente com os princípios pedagógicos da Instituição, a avaliação tem como propósitos:

- Avaliar o desenvolvimento do processo formativo.
- Ser diagnóstica e formativa.
- Permeiar e orientar todo o processo educativo.
- Verificar a aprendizagem do aluno, sinalizando o quão perto ou longe está do desenvolvimento dos indicadores de desempenho (foco na aprendizagem)
- Permitir que o aluno assuma papel ativo em seu processo de aprendizagem, devendo, portanto, prever momentos para auto avaliação e de feedback em que docente e aluno possam juntos realizar correções de rumo ou adoção de novas estratégias que permitam melhorar o desempenho do aluno no curso.

7.1. Formas de expressão dos resultados da avaliação

- Toda avaliação deve ser acompanhada e registrada ao longo do processo de ensino-aprendizagem. Para tanto, definiu-se o tipo de menção que será utilizada para realizar os registros parciais (ao longo do processo) e finais (ao término da unidade curricular/curso).
- As menções adotadas no Modelo Pedagógico Senac buscam minimizar o grau de subjetividade do processo avaliativo.
- De acordo com a etapa de avaliação, foram estabelecidas menções específicas a serem adotadas no decorrer do processo de aprendizagem:

7.1.1. Menção por indicador de competência

A partir dos indicadores que evidenciam o desempenho ao longo do processo de

aprendizagem, foram estabelecidas menções para expressar os resultados da avaliação. As menções que serão atribuídas:

Durante o processo

- Atendido - A
- Parcialmente atendido - PA
- Não atendido - NA

Ao final da unidade curricular

- Atendido - A
- Não atendido - NA

7.1.2. Menção por unidade curricular

Ao final de cada unidade curricular, devem ser atribuídas menções para cada indicador. É com base nessas menções que se estabelece o resultado da unidade curricular. As menções possíveis para cada unidade curricular são:

- Desenvolvida - D
- Não desenvolvida – ND

7.1.3. Menção para aprovação no curso

Para aprovação no curso, o aluno precisa atingir D (desenvolvido) em todas as unidades curriculares.

Além da menção D (desenvolvido), em cada unidade curricular o aluno deve ter frequência mínima de 75%, conforme legislação vigente.

7.2. Recuperação:

A recuperação será imediata à constatação das dificuldades do aluno, por meio de solução de situações-problema, realização de estudos dirigidos e outras estratégias de aprendizagem que contribuam para o desenvolvimento da competência. Na modalidade de oferta presencial, é possível a adoção de recursos de educação a distância.

8. INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS E RECURSOS DIDÁTICOS

8.1. Instalações

Quant.	Item	Especificação
---------------	-------------	----------------------

01	Sala de Aula	Sala ampla, iluminada e refrigerada.
----	--------------	--------------------------------------

8.2. Mobiliário

Quant.	Item	Especificação
01	Mesa para docente	Mesa para apoio de computador e atividades do docente.
01	Cadeira para docente	Cadeira fixa sem braço em resina plástica de alto impacto em base esqui.
01	Cadeira para discentes (por aluno)	Cadeira fixa em aço tubular e resina plástica com prancheta
02	Armário Alto	Armário para guarda de materiais utilizados no curso. MDP com acabamento em laminado cor clara. 0,90 x 0,45 x 1,80 m

8.3. Equipamentos

Quant.	Item	Especificação
01	Projektor multimídia	Projektor multimídia com resolução XGA (1024 x 768), máxima UXGA (1600 X 1200), Digital HDTV (1920 X 1200), Potência mínima de brilho de 3100 ansi lumens
01	Tela de projeção	Tela de projeção retrátil com mecanismo de mola para acionamento manual.
01	Quadro branco	Quadro branco
01	Suporte para projetor	Suporte de teto para projetor multimídia
01	Computador	Intel Core i5 com 6 Megabytes de cache e 3.0 GHz ou processador com configuração equivalente ou superior.
01	Sistema de sonorização	Caixas de som
01	<i>Flip Chart</i>	Cavalete flip-chart desmontável em tudo de aço com tela em chapa dura de alta densidade. Apoio para blocos em MDF. Estrutura com pintura eletrostática preta.

8.4. Material de Consumo (Recomendação de nº mínimo por aluno)

Quant.	Item	Especificação
01	Pasta	
01	Caneta esferográfica azul	Caneta esferográfica na cor azul. Escrita de traço médio. Ponta a base de latão e esfera de tungstênio de 1,0mm, Tampa e tampinha na cor da tinta, Tampa anti-asfixiante, Composição: corpo sextavado em resina termoplástica, transparente, com orifício para respiro, carga removível não rosqueada e tampão superior de pressão. Tinta à base de corantes orgânicos e solvente, com no mínimo 2000 metros de escrita.
01	Crachá plástico	Crachá PVC cristal 0,10 para identificação, com presilha móvel, medindo aproximadamente 0,75 x 10

		mm, abertura lateral 70 mm e área do visor 63 x 95 mm.
01	Certificados	

8.5. Recursos Didáticos:

Quant.	Item	Especificação
01	Livro	GONÇALVES, Carlos Icarahy. Vendendo a Amigos – Protegendo o futuro do empreendimento. São Paulo. Ed. Senac, 2005.

9. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

O desenvolvimento da oferta ora proposta requer docentes com experiência profissional em marketing e formação em Marketing e/ou Administração.

10. BIBLIOGRAFIA

- Básica:
 - GONÇALVES, Carlos Icarahy. **Vendendo a Amigos** – Protegendo o futuro do empreendimento. São Paulo. Ed. Senac, 2005.
- Complementar:
 - Ferreira, Noberto L.M. **O Fator Humano nas Vendas e Negociações**. Um Manual completo para montar sua rede de Relacionamento com Clientes – Programa Fênix-Editora Bagaço. Recife. 2008
 - CRAWFORD Fred; MATHEWS Ryan. **O Mito da Excelência**. Por Que as Empresas Líderes Nunca tentam ser as melhores em tudo São Paulo. Manole. 2002.
 - FREIRE, José Carlos Serrano - **Como não matar o seu cliente de raiva**. São Paulo. Elevação, 2008.
 - MITCHELL, Jack . **Abrace seus Clientes** – O método ideal para personalizar vendas e conseguir grandes resultados. Rio de Janeiro. Sextante, 2007.

11. CERTIFICAÇÃO

Ao aprovado conforme os critérios constantes do item 7.1 deste documento será conferido o certificado de conclusão do curso: Marketing de Relacionamento.