

# Curso de Especialização

## Inovação em Customer Experience



## Curso de Especialização Inovação em Customer Experience

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Qualificação: 60 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-inovacao-customer-experience](http://www.techtute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-inovacao-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

A utilização das tecnologias mais recentes a nível empresarial já não é apenas uma vantagem competitiva, mas uma obrigação para os líderes das empresas, especialmente no que diz respeito à experiência do cliente. Não surpreende que a Inovação em Customer Experience seja um grande aliado estratégico na implementação de uma cultura *Customer-Centric*.

Por este motivo, os profissionais encontrarão nesta capacitação da TECH uma oportunidade valiosa para que os clientes só tenham boas palavras para as suas empresas. Para tal, será aprofundado o âmbito e a implementação de um projeto de Customer Experience e nas melhores estratégias inovadoras baseadas na inteligência artificial e na realidade virtual. Tudo isto a partir de qualquer lugar e com conteúdos concebidos por um corpo docente que catapultará a carreira do aluno para patamares elevados.



Curso de Especialização em Inovação 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 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

Esta capacitação foi concebida para reforçar as competências no domínio da Customer Experience de modo a que o aluno seja capaz de abordar as diferentes formas e fases de um projeto de CX como um gestor solvente. Além disso, a empresa poderá satisfazer os seus clientes com aplicações tecnológicas inovadoras que a posicionarão como uma referência no setor.



“

*Será um gestor bem sucedido na implementação de projetos ambiciosos de CX que farão com que os clientes se lembrem da sua empresa para sempre”*



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

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

01

Identificar as principais características e tendências do novo consumidor no mercado atual

02

Analisar o impacto da tecnologia e das redes sociais nas decisões de compra do novo consumidor

03

Refletir sobre a importância da ética e da transparência na relação entre as empresas e o novo consumidor







04

Desenvolver competências para recolher e analisar a voz do cliente e conhecimentos para implementar práticas de voz do cliente

05

Compreender como utilizar as ferramentas de medição da voz do cliente e comunicar os resultados a outros departamentos

06

Analisar casos de estudo de empresas que adaptaram com êxito as suas estratégias de marketing e experiências de compra com base nos resultados da metodologia VoC

07

Examinar as diferentes formas e fases de abordagem de um projeto de CX

08

Ilustrar as diferentes formas de execução de um projeto de CX em função da natureza do produto e do serviço

09

Propor diferentes técnicas para o conhecimento do perfil de cliente

10

Estabelecer os princípios de um modelo de governação centrado no cliente

11

Fornecer recursos e referências inspiradoras para abordar com êxito um projeto de CX

12

Identificar a estreita relação entre o desenvolvimento de um sistema de CX sólido e a inovação contínua

13

Determinar a implementação de metodologias práticas para a aceleração da inovação orientada para o cliente

16

Propor aplicações tecnológicas inovadoras para melhorar a experiência do cliente

14

Aprofundar conhecimento sobre as ferramentas para iterar e desafiar o modelo de negócio através dos olhos do cliente

17

Identificar sistemas que apoiem a análise e a recolha de *insights* sobre os clientes com base em informações difíceis de processar

15

Analisar as principais aplicações práticas das ferramentas de neuromarketing para satisfazer os clientes

18

Fundamentar os principais dilemas éticos ligados ao desenvolvimento tecnológico

05

# Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Inovação em Customer Experience é altamente flexível graças à sua natureza online, para que os alunos possam escolher a hora e o local que melhor se adapte à sua disponibilidade, horários e interesses. Uma capacitação que dura 6 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o sucesso do aluno.



“

*A visão mais integral e atualizada da Inovação em Customer Experience pode ser encontrada neste plano de estudos. Do que é que está à espera?”*

## Plano de estudos

O Curso de Especialização intensivo em Inovação em Customer Experience da TECH Universidade Tecnológica prepara o alunos para enfrentarem desafios e decisões empresariais em matéria de Customer Experience.

O conteúdo do Curso de Especialização em Inovação em Customer Experience destina-se a promover o desenvolvimento de competências de gestão que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 450 horas de capacitação, os alunos analisarão uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual, que serão de grande utilidade na sua prática diária. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este Curso de Especialização aborda em profundidade o mundo digital e o marketing no mesmo, para além da instauração do comércio eletrónico nas empresas e foi concebido para os gestores compreenderem a Customer Experience a partir de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano concebido para profissionais focado no seu aperfeiçoamento profissional e que os preparará para alcançar a excelência no campo da Inovação em Customer Experience. Um curso que compreende as suas necessidades e as da sua empresa através de conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências e apoiado pela melhor metodologia educativa e um corpo docente excepcional que lhe dará as competências para resolver situações críticas de uma forma criativa e eficiente.

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

### Módulo 1

Customer Experience: novo cliente ou consumidor

### Módulo 2

Design e implementação de um projeto de CX. Modelo de governação

### Módulo 3

Inovação e tendências em Customer Experience



### Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de frequentar este Curso de Especialização em Inovação 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: novo cliente ou consumidor**

**1.1. A experiência do cliente**

- 1.1.1. A experiência do cliente. Modelo causal experiência-satisfação
- 1.1.2. Customer Experience *Management* (CEM)
- 1.1.3. Customer Experience vs. *Brand Experience*
- 1.1.4. Da Customer Experience à Customer Experience *Management*

**1.2. O novo consumidor**

- 1.2.1. O novo consumidor. Relacional vs. Transacional
- 1.2.2. Tendências no mercado atual
  - 1.2.2.1. Sustentabilidade e responsabilidade social
- 1.2.3. Impacto da tecnologia e das redes sociais no comportamento do novo consumidor. Tendências digitais
  - 1.2.3.1. Omnicanalidade, excesso de informação e experiências imersivas
- 1.2.4. O consumidor como embaixador da empresa

**1.3. Metodologia Voz do Cliente (VoC)**

- 1.3.1. Metodologia VoC
- 1.3.2. Customer Experience *Insights*
- 1.3.3. O programa VoC como base estratégica para a CX

**1.4. Metodologias VoC. Mapeamento**

- 1.4.1. Mapeamento de *Touchpoints*
- 1.4.2. *VoC Journey*
- 1.4.3. Mapa de empatia
- 1.4.4. Identificação de MOTS

**1.5. Programa VoC. Princípios fundamentais**

- 1.5.1. Escutar
- 1.5.2. Perguntar
- 1.5.3. Interpretar
- 1.5.4. Agir
- 1.5.5. Monitorizar
- 1.5.6. Elaborar

**1.6. Definição de um programa VoC. Fases**

- 1.6.1. Fase de sensibilização
- 1.6.2. Fase de recolha
- 1.6.3. Fase de análise
- 1.6.4. Fase de ação
- 1.6.5. Fase de avaliação

**1.7. Recolha da voz do cliente: conceção da investigação VoC**

- 1.7.1. Definição de objetivos e âmbito da investigação
- 1.7.2. Técnicas de recolha de dados quantitativos e qualitativos
- 1.7.3. Seleção dos métodos de recolha de dados
- 1.7.4. Conceção de questionários e guias de entrevista
- 1.7.5. Ferramentas de recolha

**1.8. Análise da Voz do Cliente**

- 1.8.1. Identificação de padrões e tendências nos dados recolhidos
- 1.8.2. Interpretação de dados para identificar as necessidades, desejos e expectativas dos clientes
- 1.8.3. Aplicação de ferramentas qualitativas
- 1.8.4. Ferramentas de análise

**1.9. Avaliação e medição da voz do cliente**

- 1.9.1. Sistemas tradicionais: NPS (Net Promote Score)
- 1.9.2. Medição das emoções
- 1.9.3. Novidades na medição VoC
- 1.9.4. Identificação de oportunidades de melhoria

**1.10. A escuta ativa para VoC**

- 1.10.1. Escuta e observação dinâmicas VoC
- 1.10.2. O atendimento ao cliente como método de escuta
- 1.10.3. Análise do sentimento nas redes sociais



**Módulo 2.** Design e implementação de um projeto de CX. Modelo de governação**2.1. Definição de um âmbito de projeto realista**

- 2.1.1. Tipo de projeto
  - 2.1.1.1. Resolução de problemas
  - 2.1.1.2. Proposta de Valor
  - 2.1.1.3. Inovação
- 2.1.2. Ponto de partida
  - 2.1.2.1. Os dados como uma ferramenta para identificar oportunidades e *insights*
- 2.1.3. Alinhamento de objetivos, participantes e calendário de implementação. Papel dos especialistas e dinamizadores
  - 2.1.3.1. Revisão das necessidades da empresa
  - 2.1.3.2. Identificação de *stakeholders* internos e externos
  - 2.1.3.3. Perfil de cliente
  - 2.1.3.4. Definição do *output* esperado

**2.2. Identificação do perfil de cliente num projeto de CX**

- 2.2.1. Identificação do perfil de cliente desejado como desafio
- 2.2.2. Perfis comportamentais
  - 2.2.2.1. Hábitos de consumo e compra
  - 2.2.2.2. Interação com canais de comunicação
  - 2.2.2.3. Nível de digitalização
  - 2.2.2.4. Radiografia sociodemográfica
- 2.2.3. Comunicação com o cliente e tratamento de dados

**2.3. Customer Journey num projeto de CX**

- 2.3.1. Análise e tipificação de pontos de contacto
  - 2.3.1.1. Safari e *Shadowing*
  - 2.3.1.2. Entrevistas
  - 2.3.1.3. *Workshops* e *Focus Groups*
- 2.3.2. Identificação das necessidades dos clientes por perfil de público-alvo
  - 2.3.2.1. Pontos de satisfação do cliente
    - 2.3.2.1.1. O que está a funcionar atualmente? O que é que o cliente valoriza?
  - 2.3.2.2. Pontos de dor do cliente
    - 2.3.2.2.1. O que não está a funcionar atualmente? O que gera frustração no cliente?
- 2.3.3. Definição do customer journey para cada tipo de cliente
  - 2.3.3.1. Identificação dos principais *gain* e *pain points* de cada fase-chave e ponto de contacto por onde passa

**2.4. Execução do projeto**

- 2.4.1. Execução do projeto. Aspectos importantes
  - 2.4.1.1. Alinhamento da visão do cliente com os objetivos da empresa
  - 2.4.1.2. Visualização do customer journey: Definição de um ponto de partida para alinhar todas as equipas da empresa
  - 2.4.1.3. Análise de viabilidade económica. Rentabilidade
  - 2.4.1.4. Envolvimento de pessoas-chave na relação com o cliente para entrar na fase de implementação
- 2.4.2. Diagnóstico e resolução
  - 2.4.2.1. Fórmulas de apresentação do diagnóstico
    - 2.4.2.1.1. *Workshops* de cocriação
    - 2.4.2.1.2. Benchmarking
  - 2.4.2.2. Resolução
    - 2.4.2.2.1. Identificação de tarefas
    - 2.4.2.2.2. Atribuição de tarefas por perfil
- 2.4.3. Valoração
  - 2.4.3.1. Definição de KPIs
  - 2.4.3.2. Recolha de dados
  - 2.4.3.3. Período de avaliação

**2.5. Quadro de atuação no projeto de CX**

- 2.5.1. Consolidação ou rejeição
- 2.5.2. Evangelização interna
- 2.5.3. Identificação de ferramentas

**2.6. Business Case de produto. Lançamento de novos produtos**

- 2.6.1. Ilustração do papel da CX no desenvolvimento de um produto de inovação
- 2.6.2. Fases do lançamento de um novo produto
- 2.6.3. Erros comuns

**2.7. Business Case de serviço. CX como catalisador de inovação**

- 2.7.1. Papel fundamental da CX nos processos de inovação
- 2.7.2. Fases
- 2.7.3. Chaves para o sucesso

**2.8. Business Case de serviço. A satisfação do cliente como alavanca para a melhoria contínua**

- 2.8.1. Medição da satisfação do cliente ao longo de todo o customer journey
- 2.8.2. Fases
- 2.8.3. Rotinas orientadas para a ação

**2.9. O modelo de governação num projeto de CX**

- 2.9.1. Funções
- 2.9.2. Dados
- 2.9.3. Planos de atuação iterativos

**2.10. Implementação bem sucedida de um projeto de CX. Chaves**

- 2.10.1. Aprendizagens
- 2.10.2. Referências
- 2.10.3. Recursos

**Módulo 3. Inovação e tendências em Customer Experience**

**3.1. Inovação e experiência do cliente. Vinculação**

- 3.1.1. A inovação no âmbito da CX
- 3.1.2. Objetivos da inovação na experiência do cliente
- 3.1.3. Inovação no desenvolvimento das interações com o cliente

**3.2. Gestão da experiência do cliente na era da transformação digital**

- 3.2.1. Motor de experiência inteligente. Relevância
- 3.2.2. Procura de experiências hiperpersonalizadas
- 3.2.3. Gestão da experiência num ambiente de omnicanalidade

**3.3. A inovação na gestão de uma empresa centrada no cliente**

- 3.3.1. O modelo de inovação cliente-empresa
- 3.3.2. Perfis fundamentais para o desenvolvimento de um modelo de inovação
- 3.3.3. Modelos de inovação aberta

**3.4. Metodologias para acelerar o processo de inovação efetiva**

- 3.4.1. Rotinas geradoras de inovação e criatividade
- 3.4.2. Método *Lean Start Up* para trazer o cliente para a mesa da inovação
- 3.4.3. Quadro Kanban para ganhar em inovação e eficiência no seu trabalho quotidiano
- 3.4.4. Metodologia *Scrum*. Aplicação prática
- 3.4.5. Adoção de ferramentas de geração de inovação contínua. Benefícios

**3.5. Ferramentas para o desenvolvimento de modelos empresariais inovadores centrados no cliente**

- 3.5.1. *Business Model Canvas*. Como "desafiar" o seu modelo de negócio com esta ferramenta
- 3.5.2. *Value Proposition Canvas* e Customer Journey. Relação
- 3.5.3. Mapa de empatia. Para além das interações tangíveis com o cliente
- 3.5.4. Caso prático

**3.6. Neuromarketing e Customer Experience. Como se colocar no lugar do cliente**

- 3.6.1. Neuromarketing e otimização da inovação
- 3.6.2. Aplicações reais do neuromarketing em CX
- 3.6.3. Guia de *insights* de cliente para impulsionar a CX com neuromarketing
- 3.6.4. Casos de sucesso

**3.7. Inovação em CX I: inteligência artificial, realidade virtual e sistemas de reconhecimento facial e biométrico**

- 3.7.1. Inteligência Artificial (IA) para otimização de processos e gestão omnicanal
- 3.7.2. Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA) para levar a sua experiência de cliente a qualquer local
- 3.7.3. Sistemas de reconhecimento facial e biométrico como atenuantes dos momentos de dor com o cliente
- 3.7.4. Casos de sucesso

**3.8. Inovação em CX II: Machine Learning, IoT e plataformas de gestão omnicanal**

- 3.8.1. Machine Learning (ML) para o tratamento de dados
- 3.8.2. Internet of Things (IoT) para a melhoria da experiência e conhecimento do cliente
- 3.8.3. Plataformas de gestão omnicanal para uma visão holística do cliente
- 3.8.4. Casos de sucesso

**3.9. A tecnoética: tecnologia ao serviço do ser humano e não vice-versa**

- 3.9.1. Proteção dos neuro-direitos ou direitos de propriedade intelectual (PI)
- 3.9.2. Ética na Inteligência Artificial (IA)
- 3.9.3. Hiperligação do cliente e utilização dos seus dados
- 3.9.4. O desafio tecnológico

**3.10. Criação de um sistema de inovação numa empresa centrada no cliente. Importância**

- 3.10.1. Chaves para um processo de inovação orientado para o cliente
- 3.10.2. Benefícios de uma empresa com sistemas de inovação contínua
- 3.10.3. A inovação ao serviço das pessoas para uma experiência do cliente ideal



“

*Nenhum cliente será capaz de lhe resistir graças às suas estratégias com Inteligência Artificial ou Realidade Virtual em 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.*



## 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.

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

## 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 que tenham concluído anteriormente qualquer formação no campo das ciências sociais e jurídicas, administrativas e económicas.

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

Os profissionais que tenham formação superior em qualquer área e dois anos de experiência de trabalho no campo da customer experience são também elegíveis para o curso.





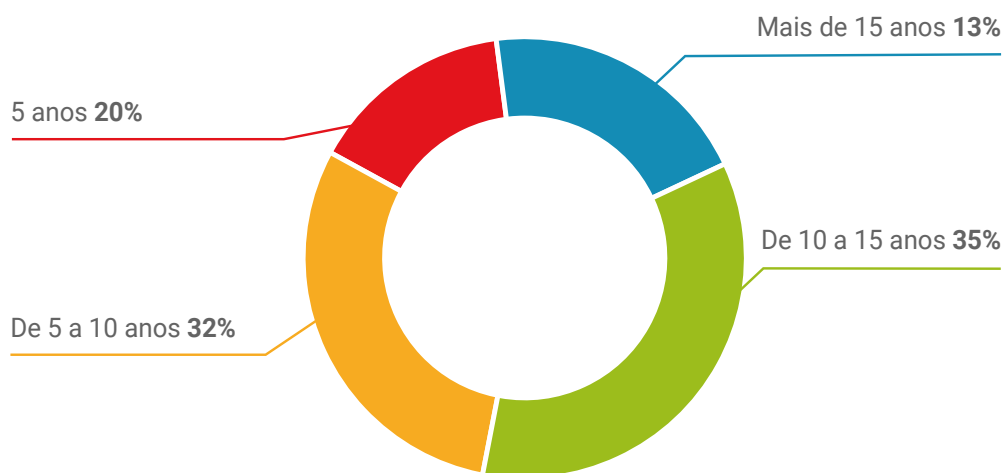
“

*Leve as suas competências em matéria de Customer Experience mais longe, especializando-se em processos que tornarão a sua liderança amplamente reconhecível”*

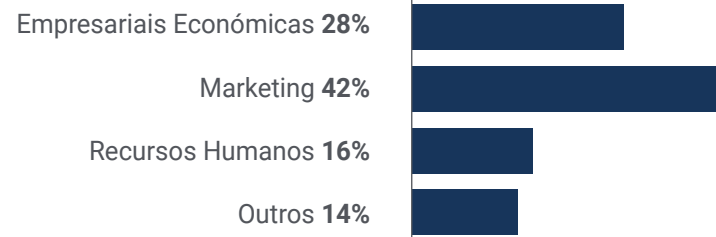
### Idade média

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

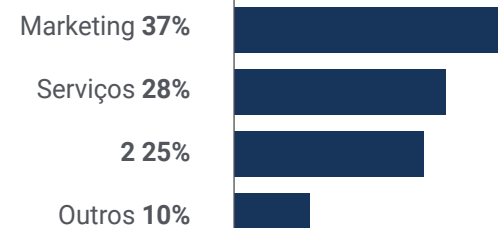
### Anos de experiência



### Formação

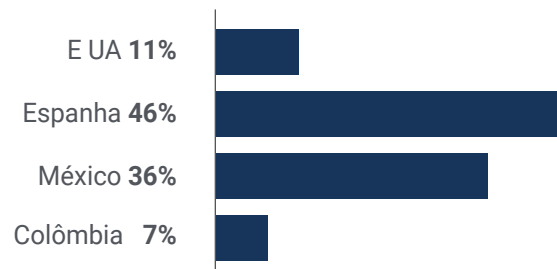


### Perfil académico



## Distribuição geográfica

---



## Vanesa Ramos Ortega

---

Customer Experience Manager

*"Estava à procura de um curso com o qual pudesse implementar estratégias com novas tecnologias para melhorar a experiência do cliente na minha empresa. De facto, estava preocupada em conseguir conciliá-lo com o meu trabalho diário, mas com a TECH encontrei o equilíbrio perfeito para o fazer a partir de casa e utilizando ferramentas que hoje são fundamentais no meu departamento"*

08

# Direção do curso

Sempre com o objetivo de proporcionar uma especialização que incorpore os mais elevados padrões acadêmicos, a TECH reuniu eminentes especialistas em Customer Experience que irão reforçar as capacidades de liderança do aluno. Neste sentido, especialistas versados na utilização de novas tecnologias em Experiência do Cliente, gestores de Marketing de empresas de referência ou líderes no setor da Customer Intelligence reúnem-se nesta capacitação para satisfazer até as mais altas expectativas.





“

*Deixe que especialistas em novas tecnologias de Experiência do Cliente, gestores de marketing ou líderes de Customer Intelligence o catapultem para o sucesso"*

## 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. Núria Camps

- ♦ Formadora de Customer Experience
- ♦ Consultora Freelance sobre Customer Experience, melhoria de processos, implementação de ferramentas tecnológicas e atendimento ao cliente
- ♦ Consultora e Auditora de Sistemas de Gestão da Qualidade na Quality Methode
- ♦ Mestrado em Comercialização de Destinos Turísticos
- ♦ Curso de Turismo na Universidad de Girona

### 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

09

# Impacto na sua carreira

Um Curso de Especialização com estas características terá, sem dúvida, um impacto significativo na carreira do aluno. Isto levou o corpo docente a incorporar todos os elementos de inovação em Customer Experience com vista a torná-la muito útil para o setor do aluno.

Neste sentido, o único objetivo da TECH é fazer com que todos os alunos cresçam profissionalmente com base numa metodologia pedagógica única no mercado académico.



“

*A mudança que procurava no seu percurso profissional está a apenas 450 horas de estudo de distância”*

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

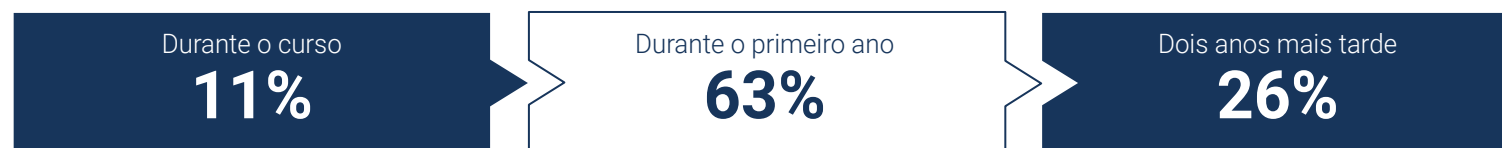
O Curso de Especialização intensivo em Inovação em Customer Experience da TECH prepara o alunos para enfrentarem desafios e decisões empresariais no contexto da Customer Experience. O objetivo principal é promover o crescimento pessoal e profissional do aluno, ajudando-o a ser bem sucedido.

Se quer superar-se si mesmo, fazer uma mudança positiva profissional e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

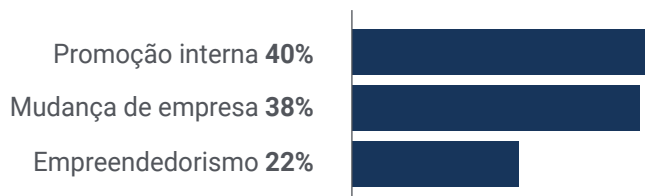
*Reforce a sua posição económica graças às estratégias tecnológicas mais avançadas em matéria de Customer Experience.*

*Não perca a oportunidade de progredir até ao topo do seu setor com este Curso de Especialização.*

### Momento de mudança



### Tipo de mudança

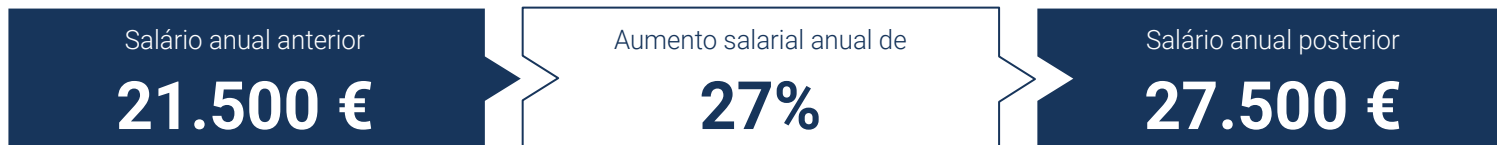




## Melhoria salarial

---

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 Inovação em Customer Experience será fundamental para levar o talento humano da empresa para o nível seguinte. Desta forma, o *staff* estará plenamente familiarizado com tecnologias como a inteligência artificial, a big data e a realidade virtual.

Sem dúvida, frequentar este Curso de Especialização é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

*Desenvolva todas as chaves para processos de inovação orientados para o cliente”*

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 Inovação em Customer Experience garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, 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 Inovação 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 Inovação 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 Inovação em Customer Experience

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Qualificação: **60 ECTS**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

# Curso de Especialização

## Inovação em Customer Experience