

CURSO: Administração

SÉRIE: 1º Período

DISCIPLINA: Adm. do Relacionamento c/ Cliente

e-mail: professor@luisguilherme.adm.br / www.luisguilherme.adm.br

PROF. Luis Guilherme Magalhães

TURNO: Noturno

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4,5 horas

FONE: (62) 9607-2031

I - EMENTA

Esta disciplina trata da identificação dos clientes-alvo de uma organização e do conhecimento/entendimento de suas necessidades, desejos e expectativas, de acordo com os diferentes papéis que representam. Trata também do estabelecimento de canais de relacionamento para os clientes e das diretrizes para seu gerenciamento. Trata, ainda, satisfação e insatisfação dos clientes.

II - OBJETIVOS GERAIS

Contribuir para o desenvolvimento das competências requeridas dos alunos, para que possam bem exercer o papel de administradores, conforme definidas no Projeto Pedagógico do Curso/PPC, em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração – Resolução nº. 4/2005 - CNE/CES.

III - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Saber definir quem são, ou devem ser, os clientes de uma organização e quais são suas necessidades e expectativas; saber como se relacionar com eles e como avaliar sua satisfação.

IV - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Definições e Entendimento do Conceito Cliente.
 - a. Entendendo o significado da palavra cliente.
 - b. Tipos de clientes.
2. Segmentação de Mercado e Identificação de Clientes Alvo.
3. Atributos valorizados pelos Clientes.
4. Conhecimento de Clientes.
 - a. Como Saber o que os Clientes Priorizam.
 - b. A Necessidade de se Conhecer os Clientes.
5. Instrumentos para Ouvir os Clientes.
 - a. Será que os Clientes Sabem o que Querem.
6. Selecionando os clientes que interessam.
7. Canais de Acesso Oferecidos aos Clientes.
 - a. Padronização do Atendimento ao Cliente.
8. Customer Relationship Management (CRM) e Era do e-relacionamento e as Regras da Economia.
9. Requisitos Exigidos das Pessoas que Interagem com os Clientes.
10. Avaliação da Satisfação.
11. Compra por Impulso e Dissonância Cognitiva.
12. Clientes Internos.

V - ESTRATÉGIA DE TRABALHO

Para o alcance dos propósitos da disciplina as aulas serão desenvolvidas com o uso ora da metodologia construtivista ora da metodologia do ensino tradicional em aulas expositivas e dialogadas, orientadas através do conhecimento técnico e intelectual do professor para a instrução dos alunos. Aplicação de Estudos de Caso, estudos dirigidos, debates, trabalhos intra e extraclasse individuais e em equipe, elaboração e apresentação de resumos de matérias publicadas em revistas e jornais especializados sobre o conteúdo programático e outras atividades que busquem desenvolver as competências e habilidades do aluno.

Utilização de recursos tradicionais (quadro negro e giz) e de recursos multimídia (data show e caixas de som), para exposição do conhecimento através da fala, imagens textos e vídeo.

VI - AVALIAÇÃO

O processo formal de avaliação do aprendizado compreende duas avaliações bimestrais, sendo que as notas destas avaliações poderão ser compostas por notas de provas, trabalhos intra e extraclasse, participação em sala de aula, elaboração dirigida de exercícios e outros meios semelhantes. A avaliação de seminários deverá ser realizada individual e explicitamente – com ampla comunicação ao avaliado –, focando sua fluência verbal, argumentação na exposição dos assuntos, respostas às perguntas eventualmente formuladas durante ou após a apresentação, postura diante das dificuldades encontradas e liderança individual no processo de execução do seminário.

VII - BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOMES DA SILVA, Fábio; ZAMBON, Marcelo Socorro. **Gestão do Relacionamento com o Cliente**. 2 ed ver e ampl. São Paulo: Cengage, 2012. (número de chamada: 658.89 G393)

LIMA, Agnaldo. **Como Conquistar, Fidelizar e Recuperar Clientes: gestão de relacionamento**. São Paulo: Atlas, 2013.

SAMARA, Beatriz Santos; MORACH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Virtual / Pearson Education, 2005.

VIII - BIBLIOGRAFIA VIRTUAL

CHETOCHINE, Georges. **O Blues do Consumidor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

VON POSER, Denise. **Marketing de Relacionamento: maior lucratividade para empresas vencedoras**. São Paulo: Manole, 2005.

IX - BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARRETO, Iná Futino; CRESCITELLI, Edson. **Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Pearson, 2013.

KOTLER, Philip; KELLER, Michael. **Administração de Marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

PAIXÃO, Marcia Valéria. **A Influência do Consumidor nas Decisões de Marketing**. São Paulo: IBPEX / ABEU, 2011.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CRONOGRAMA	CONTEÚDOS SELECIONADOS E PROPOSTOS	METODOLOGIA TÉCNICAS E RECURSOS	AValiaÇÃO OBSERVAÇÕES E VERIFICAÇÃO
Apresentação da disciplina e sua importância para o curso e formação do aluno	26/02/15	Apresentação Discente e Docente Apresentação e Entrega do Plano de Ensino O significado da palavra Cliente	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	02/03/15	Segmentação de Mercado e Identificação de Clientes Alvo	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	05/03/15	Atributos valorizados pelos Clientes	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	09/03/15	Atributos valorizados pelos Clientes Comportamento de Compra do Consumidor	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	12/03/15	Influências no processo de compra: Socioculturais e Psicológicas	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	16/03/15	Influências no processo de compra: Socioculturais e Psicológicas	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	19/03/15	A necessidade de se conhecer o cliente	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	23/03/15	Instrumentos para Ouvir os Clientes	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	26/03/15	Revisão para Avaliação NP1	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	30/03/15	Período de Avaliações NP1	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	02/04/15	Período de Avaliações NP1	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	06/04/15	Período de Avaliações NP1	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	09/04/15	Período de Avaliações NP1	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	13/04/15	Entrega e correção das avaliações	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	16/04/15	Selecionando os clientes que interessam	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	

Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	20/04/15	Canais de Acesso Oferecidos aos Clientes	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	23/04/15	Customer Relationship Management (CRM)	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	27/04/15	Customer Relationship Management (CRM)	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	30/04/15	Consumidor Organizacional	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	04/05/15	Consumidor Organizacional	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	07/05/15	Avaliação da Satisfação	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	11/05/15	Compra por Impulso e Dissonância Cognitiva	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	14/05/15	Clientes Internos	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	18/05/15	Revisão para Avaliação NP2	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	21/05/15	Período de Avaliações NP2	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	25/05/15	Período de Avaliações NP2	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	28/05/15	Período de Avaliações NP2	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	01/06/15	Período de Avaliações PS	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	04/06/15	FERIADO CORPUS CHRISTI	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	08/06/15	Período de Avaliações PS	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	11/06/15	Entrega e correção das avaliações	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	

Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	15/06/15	Período de Exames	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	18/06/15	Período de Exames	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Verificar e pontuar o aproveitamento do alunado	22/06/15	Período de Exames	Provas Objetivas e questionamentos descritos	Avaliação Pontual e Apresentação de trabalhos
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	25/06/15	Entrega e correção das avaliações	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	
Orientar o aluno dando a ideia conceitual e prática da disciplina	29/06/15	ENTREGA DE NOTAS ENCERRAMENTO DO SEMESTRE	Uso do Quadro; Projeções; Discussões	