

2012 > 2013

• mestrado

MARKETING RELACIONAL

• Regime b-learning

Como Transformar a Fidelização de Clientes numa Vantagem Competitiva?

APRESENTAÇÃO

OBJETIVOS

. O mestrado em Marketing Relacional tem como objetivos gerais propiciar aos diplomados um conjunto integrado de competências dinâmicas, solidamente alicerçadas em conhecimentos e capacidades de compreensão de nível avançado na área científica de Marketing e evidenciadoras do saber integrar conhecimentos, do saber aplicar, do saber delimitar e resolver problemas, do saber comunicar, do saber selecionar e recolher/produzir informação de modo profissional, assim como do saber aprender de modo autónomo ao longo da vida.

. O programa de mestrado em Marketing Relacional oferece uma adequada formação que visa propiciar a aquisição de conhecimentos específicos de nível avançado em Marketing Relacional, que se traduzem no desenvolvimento de capacidades vocacionais tendo em vista a empregabilidade, facilitada através da opção pelo estágio. Ao mestre em Marketing Relacional solicita-se hoje que desempenhe um papel ativo nas organizações, sendo parte integrante de equipas de tomada de decisão e dotado de competências para resolver problemas de marketing, em particular o da infidelidade dos clientes.

DESTINATÁRIOS

Licenciados que exerçam ou pretendam exercer funções de gestão de clientes e/ou pretendam estar a par das tendências a nível da gestão do marketing.

CONDIÇÕES DE ACESSO E INGRESSO

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre:

- a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal.
- b) Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo.
- c) Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado pelo órgão técnico-científico estatutariamente competente.
- d) Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional que seja reconhecido como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos pelo órgão técnico-científico estatutariamente competente.

CRITÉRIOS DE SERIAÇÃO

A seriação dos candidatos será feita de acordo com o 37.º do Regulamento Geral da Formação Graduada e Pós-Graduada do Instituto Politécnico de Leiria e Regimes Aplicáveis a Estudantes em Situações Especiais.

Os critérios de seriação dos candidatos admitidos a concurso pela alínea d) do ponto 5 serão:

- a) Média de fim de curso de licenciatura;
- b) Afinidade entre o curso de licenciatura e o mestrado a que se candidata;
- c) Afinidade entre o curso mestrado a que se candidata e o currículo profissional

INFORMAÇÕES

HORÁRIO

O mestrado em Marketing Relacional, no ano letivo 2012/2013, irá funcionar em regime b-learning, sendo metade das horas de contato presenciais, a ocorrer aos sábados, e a outra metade a funcionar com apoio da plataforma de ensino a distância Moodle.

LOCAL DE FUNCIONAMENTO

Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Campus 2 do IPL - Leiria

CANDIDATURAS

Candidaturas online em <http://candidaturas.ipleiria.pt>
Taxa: 60 euros

PROPINA

1.100€ (ano letivo 2012/2013)

NÚMERO DE VAGAS

35

NÚMERO MÍNIMO DE ALUNOS PARA FUNCIONAMENTO

20

REGULAMENTO APLICÁVEL

Regulamento Geral da Formação Graduada e Pós-Graduada no Instituto Politécnico de Leiria e Regimes Aplicáveis a Estudantes em Situações Especiais.

PROCESSO DE CANDIDATURA

Concurso, cujas regras, para além das presentes, serão definidas em edital para cada edição.

COORDENADOR DO CURSO



Alzira Maria Ascensão Marques

alzira.marques@ipleiria.pt

Doutora em Organização e Gestão de Empresas, na especialidade em Estratégia e Comportamento Organizacional
Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

ESTRUTURA CURRICULAR

1º semestre	Horas de contacto	ECTS
Fundamentos e Evolução do Marketing Relacional	30	5
Marketing Estratégico e Planeamento	30	5
Psicologia do Consumidor	30	5
Marketing Research	30	5
CRM – Customer Relationship Management	30	5
Opção I (<i>e.g.</i> : Criatividade, Inovação e Empreendedorismo)	30	5
Seminários	6	

2º semestre	Horas de contacto	ECTS
Organização e Gestão do Marketing Relacional	30	5
e-Marketing	30	5
Estratégia da Marca	30	5
Comunicação Integrada de Marketing	30	5
Coaching e Teambuilding	30	5
Opção II	30	5
Seminários	6	

3º e 4º semestre	Horas de trabalho	ECTS
Opção III – Dissertação/Projeto/Estágio	1620	60

CORPO DOCENTE



Alcina Gaspar

Doutora em Gestão de Empresas na especialidade de Marketing
Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra



José Dantas

Doutor em Ciências Económicas e Empresariais
Universidad Autónoma de Madrid



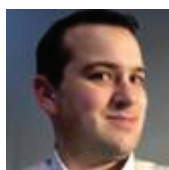
Ana Catarina Cadima Lisboa

Doutora em Gestão de Empresas com especialidade em Marketing
ISCTE - IUL



Neuzá Ribeiro

Doutora em Gestão Industrial, especialidade em Comportamento Organizacional
Universidade de Aveiro



Fernando Rodrigues

Doutorando em Neuropsicologia Clínica - Processos Tomada Decisão
Faculdade de Psicologia da Universidade de Salamanca



Sílvia Ferrão

Doutora em Marketing e Comércio Internacional - Especialização em Gestão de Conhecimento
Universidad de Extremadura



Filipe Mota Pinto

Doutor em Inteligência Artificial
Universidade do Minho



Susana Rodrigues

Doutora em Gestão Estratégica
Universidade de Wolverhampton



Joaquim Paulo Conceição

Doutor em Marketing e Comércio Internacional
Universidade da Extremadura
Administrador do Grupo Lena



Vítor Hugo Ferreira

Doutor em Economia e Gestão da Inovação
ISEG – UTL

TESTEMUNHOS DE ESTUDANTES



Pedro José Gomes

Licenciado em Gestão de Empresas
Gestor Comercial na empresa AXA Seguros
Estudante 1ª edição do MMR

Atualmente o mercado de trabalho está cada vez mais exigente e dinâmico. Frequentar o MMR permite-me adquirir novas competências e aprofundar outras, que estão a contribuir para o desenvolvimento da minha carreira profissional. Por outro lado, destaco pela positiva a partilha de experiências e conhecimentos adquiridos através do contacto pessoal entre os restantes colegas de curso.



Jorge Duarte da Silva

Licenciado em Gestão de Empresas
Coordenador Comercial – Artebel, S.A.
Estudante 2ª edição do MMR

O MMR é um curso com um programa muito completo, fornece conhecimentos completamente atuais sobre o comportamento e tendências dos mercados e consumidores, dando-nos ferramentas para conquistar e fidelizar clientes. Com as transformações da sociedade e dos consumidores, devido à evolução tecnológica, conquistar e fidelizar consumidores é um desafio muito grande que exige preparação. Este MMR, sem dúvida, responde a esse desafio!



Maria Raimunda Marques Mendes

Licenciada em Administração e Pedagogia
Professora da Universidade Federal do Maranhão - Brasil
Estudante 2ª edição do MMR

O MMR prepara-me para construir, gerir e estabelecer relações com clientes de forma individual. Este mestrado está sendo de fundamental importância para minha vida profissional, superou as minhas expectativas, não só os conteúdos mas também o corpo docente que são comprometidos com o desenvolvimento do ensino aprendizagem. Os benefícios que advêm deste mestrado vão servir para mim, para o corpo docente e discente da minha Instituição e para a sociedade.



Erica Rodrigues

Mestre em Marketing Relacional na ESTG - IPL
Assessora de Comunicação
Estudante 1ª edição do MMR

O MMR foi um ótimo refresh, abordando uma série de tendências e conceitos inovadores. Numa economia em constante mutação é essencial mantermo-nos atualizados e renovados, de forma a conseguirmos fazer frente à evolução das necessidades das organizações.

CANDIDATURAS ONLINE

<http://candidaturas.ipleiria.pt>



APOIO

