

|                          |                                   |                   |   |   |                     |
|--------------------------|-----------------------------------|-------------------|---|---|---------------------|
| Unidade Curricular       | Pós-venda e Gestão de Reclamações |                   | Área Científica                                   | Comércio  |                     |
| CTeSP em                 | Gestão de Vendas e Marketing      |                   | Escola  | Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo |                     |
| Ano Letivo               | 2019/2020                         | Ano Curricular    | 2   | Nível   | 0-2                 |
| Tipo                     | Semestral                         | Semestre          | 1   | Créditos ECTS   | 6.0                 |
| Horas totais de trabalho | 162                               | Horas de Contacto | T - - TP - - PL 44 TC - - S - - E - - OT 60 O 102 | Código  | 4081-592-2005-00-19 |

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Maria Ines Araujo Aires de Freitas

### Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Aplicar as técnicas de fidelização, com vista ao estabelecimento de uma relação de parceria contínua;
2. Identificar as normas e definir procedimentos do serviço pós-venda, com o objetivo de proporcionar as clientes um serviço de qualidade;
3. Desenvolver a comunicação assertiva no contexto da gestão de reclamações;
4. Analisar, tratar e/ou encaminhar situações de reclamação.

### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:  
Não aplicável.

### Conteúdo da unidade curricular

Garantias, apoios e serviços pós-venda. Fidelização. Gestão de reclamações.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Garantias, apoios e serviços pós-venda.
  - Normas da empresa no que concerne às garantias, apoios e serviços.
  - Estratégias de atuação na gestão de serviço pós-venda.
  - Procedimentos.
2. Fidelização.
  - Conceito e objetivos da fidelização.
  - Mecanismo que afetam a relação com o cliente e a sua fidelização.
  - Técnicas de fidelização e programas de fidelização de clientes.
  - Ficheiro e controlo de clientes.
  - Instrumentos de aferição da satisfação do cliente.
3. Gestão de reclamações.
  - Comunicação assertiva: comportamento assertivo como resposta às situações de reclamação.
  - Significado de uma reclamação para a empresa.
  - A iminência de reclamação e as suas repercussões.
  - As atitudes na gestão de conflitos: fuga, acomodação, rivalidade, cooperação e compromisso .
  - As vantagens da cooperação / compromisso.
  - Tratamento e encaminhamento .
  - Etapas do tratamento das reclamações.
  - Lidar com as emoções dos clientes e com as nossas emoções .
  - Resolver ou reencaminhar as situações.
  - Linguagem adequada às reclamações.

### Bibliografia recomendada

1. Cook, S. (2012). Complaint Management Excellencer: Creating Customer Loyalty through Service Recovery. Edition: Paperback. ISBN: 9780749465308.
2. Gremler, D. , Bitner, M. & Zeitham, V. (2014). Marketing de Serviços: a empresa com Foco no cliente. 6ª Edição. McGraw Hill. ISBN: 9788580553611.
3. Lendrevie, J. , Baynast, A. , Dionísio, P. , & Rodrigues, J. (2010). Publicitor - comunicação 360°online offline (7ª Ed. ). Lisboa: Publicações D. Quixote. ISBN: 9789722043298.
4. Stauss, B. & Seidel, W. (2005) Complaint Management: The Heart of CRM. Hardcover. ISBN: 100324202644.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

Ensino presencial: cada aula tem componentes teóricos e práticos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros. Ensino não presencial: inclui a resolução de tarefas orientadas, leitura de textos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.

### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
  - Exame Final Escrito - 50%
  - Trabalhos Práticos - 25%
  - Discussão de Trabalhos - 25%
2. Exame Final Escrito - (Trabalhador) (Final)
  - Exame Final Escrito - 100%
3. Exame Final Escrito - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%

### Língua em que é ministrada

Português

## Validação Eletrónica

|                                    |                              |                                    |                              |
|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|------------------------------|
| Maria Ines Araujo Aires de Freitas | Luisa Margarida Barata Lopes | Catarina Alexandra Alves Fernandes | Luisa Margarida Barata Lopes |
| 30-09-2019                         | 01-10-2019                   | 02-10-2019                         | 03-10-2019                   |