

**NOME DO ALUNO: XXXXXXXXXXXXXXXX**

Nº XX.000.XXX

7º PERÍODO S, T, U ou V

**( MODELO PARA EXEMPLO )**

**TÍTULO: O ESTUDO DE RETENÇÃO DO  
CLIENTE: MARKETING DE  
RELACIONAMENTO E FIDELIZAÇÃO.**

Projeto apresentado como parte do  
Trabalho de Conclusão de Curso,  
orientado pelo Prof.: Walter Benedito  
de Carvalho Bueno.

**GUARATINGUETÁ  
2010**

**AUTOR: (MEMORIAL – escrever sobre a vida profissional e educacional do autor)**

**TEMA: O ESTUDO DE RETENÇÃO DO CLIENTE: MARKETING DE RELACIONAMENTO E FIDELIZAÇÃO. (histórico da origem do assunto)**

A cada dia o consumidor descobre e insere novos e diferentes produtos em sua vida. Há excesso de informação, de apelos e de novas ofertas inundando o mercado. A manutenção de uma clientela fiel, tarefa essencial à sobrevivência das empresas, vem se tornando cada vez mais complexa. Além disso, atrair um novo cliente custa muito mais do que manter um cliente antigo.

**PROBLEMA: (efetuar perguntas que serão respondidas e provadas pelo trabalho)**

De que maneira podemos colaborar com os grandes problemas enfrentados no Brasil pelas empresas na fidelização com seus clientes e para conquista de novos consumidores, assumindo compromisso de responsabilidades?

**JUSTIFICATIVA: (porque o autor escolheu falar deste assunto!!!)**

Mostrar aos órgãos competentes métodos eficientes de fidelização com seus clientes.

**OBJETIVOS GERAIS: (o que se espera do trabalho)**

Sensibilizar as sociedades modernas, os órgãos internacionais e os governos, quanto aos problemas enfrentados pelas empresas.

**OBJETIVO ESPECÍFICO: (quais recursos serão usados para se conseguir o objetivo geral do trabalho)**

Mostrando fatos que são geradores de separação dos clientes.

**METODOLOGIA: (quais os métodos de pesquisas que serão utilizadas para se provar o texto do trabalho)**

Pesquisa indireta nos sites da Internet específicos e Livros sobre o tema abordado.

**DELIMITAÇÃO: (qual o limite que será usado para finalizar as pesquisas)**

Pesquisa nas sociedades modernas, no Brasil contemporâneo.

**CRONOGRAMA: (exemplo – datas e atividades na composição do trabalho)**

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE	MESES								
	MAR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Levantamento dos dados	■	■	■	■	■				
Elaboração da pesquisa			■	■	■	■	■		
Digitação do TCC		■	■	■	■	■	■		
Entrega do trabalho								■	

**REFERÊNCIAS: (exemplos)**

**AMARO**, Rolim Adolfo. *Cartas do comandante. Encantando o cliente*. São Paulo: Negócio, 1998.

**BATEMAN**, Thomas S.; **SCOTT** Snell A. *Administração – Construindo Vantagem Competitiva*. São Paulo: Atlas, 1998.

**BIMESTRE FILHO**, Gino. *Rumo ao Aprender: Metodologia Científica*. Taubaté: CABRAL, 2003.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 2. ed. Atualizada e Ampliada. São Paulo: Plêiade, 2009.

**BOGMANN**, Itzhak Meir. *Marketing de Relacionamento*. São Paulo: Nobel, 2001.

**CONNELLAN**, Tom. *Nos Bastidores da Disney*. São Paulo: Futura, 1997.

**DENCKER**, Ada de Freitas M. *Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo*. São Paulo: Futura, 1998.

**DRUCKER**, Peter F. *Administrando para o futuro. Anos 90 e Virada do Século*. São Paulo: Pioneira, 1992.

**FURLONG**, Carla B. *Marketing para reter clientes*. Rio de Janeiro: Campus, 1994

**GRION**, Laurinda. *Cem erros que um executivo comete ao redigir*. São Paulo: Edicta, 1997.

**KOTLER**, Philip. *Administração de Marketing. Análise, planejamento, implantação e Controle*. São Paulo: Atlas, 1993.

**KOTLER** Philip; **ARMSTRONG** Gary. *Princípios de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1999.

**MC KENNA**, Regis. *Marketing de relacionamento*. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

**RAPHAEL**, Murray; **RAPHAEL**, Neil. *Conquistando a fidelidade. Como transformar clientes eventuais em verdadeiros defensores do seu negócio*. São Paulo: Futura, 1996.

**ROSSETI**, José Paschoal. *Transição 2000 – Tendência, Mudanças e Estratégias*. São Paulo: Makron Books, 1993.

**SAMARA**, Beatriz Santos. *Pesquisa de Marketing: conceito e metodologia*. São Paulo: Makron Books, 1997.

**VAVRA**, Teey G. *Marketing de Relacionamento (After Marketing)*. São Paulo: Atlas, 1996.