PARCERIA INSTITUCIONAL

UniEVANGÉLICA
UNIVERSIDADE EVANGÉLICA DE GOIÁS
ASSOCIAÇÃO EDUCATIVA EVANGÉLICA

mosaico
CURSOS LIVRES | UniEVANGÉLICA

REDE tela

Universidade Evangélica de Goiás · Coordenação de Cursos Livres · Portal Mosaico

DOSSIÊ ACADÊMICO

Transformação Digital e Cliente-Centrismo

Microcurso 9 de 14 · 6 horas · Modalidade a distância

Ementa · Plano de ensino · Ficha docente · Matriz de competências · Guia do estudante · Verso do certificado

REDE TELA EDUCAÇÃO · UniEVANGÉLICA
Universidade Evangélica de Goiás — Cursos Livres

Agosto de 2026

1 Identificação

Campo	Descrição
Denominação	Transformação Digital e Cliente-Centrismo
Denominação no percurso integrado	9. Transformação Digital
Código sugerido	EMP_PROP_M09
Natureza	Curso livre — microcurso autônomo
Modalidade	A distância, autoinstrucional, integralmente assíncrono
Carga horária	6 horas
Videoaulas	9 aulas · 0h59 de conteúdo audiovisual
Docente	Mateus Magno
Avaliação	Questionário ao término do curso, uma tentativa
Certificação	Certificado de 6 horas, com conteúdo programático no verso
Pré-requisitos	Não há
Vínculo	Integra o curso Empreendedorismo com Propósito (150h), do qual pode ser cursado de forma autônoma

2 Justificativa

Transformação digital não é compra de sistema, e cliente-centrismo não é departamento de pós-venda. Este curso trata das duas coisas como o que elas são — mudanças de cultura e de processo — e entrega o instrumental para conduzi-las: diagnóstico de maturidade em quatro pilares, plano de ação em noventa dias, produto mínimo viável, jornada do cliente, régua de relacionamento e indicadores de experiência.

3 Público-alvo

Gestores e líderes de empresas em processo de digitalização, profissionais de sucesso do cliente, consultores e responsáveis por projetos de transformação.

4 Ementa

Barreiras à transformação digital na liderança; reformulação das perguntas de gestão em torno de geração de valor, remoção de atritos e escalabilidade; dor e latência como vetores de priorização; melhoria incremental e melhoria disruptiva; gestão tradicional e gestão por contexto; avaliação da maturidade cultural e digital em quatro pilares — pessoas, organização, processos e tecnologia; análise SWOT aplicada ao contexto de transformação e o conceito de coopetição; metodologia de design, criação e entrega de valor; plano de capacitação, jornada do cliente e sessões de pensamento criativo; cronograma de implantação em noventa dias; produto mínimo viável como instrumento de teste de hipóteses; cliente-centrismo e seu tripé de vínculo emocional, sucesso do cliente e redução de esforço; diagnóstico de maturidade com foco em dados, pontos de contato, personas e jornada; instrumentos de

mensuração — health score, NPS e ferramentas de gestão de relacionamento; classificação de carteira, perfis aderentes e não aderentes e régua de relacionamento em três níveis; churn, fidelização e expansão de receita.

5 Objetivos

5.1 Objetivo geral

Conduzir processos de transformação digital e cultural em organizações, diagnosticando maturidade, estruturando planos de ação e implantando modelos de gestão centrados no cliente.

5.2 Objetivos específicos

- Reconhecer as barreiras que impedem líderes de promover transformação digital.
- Diagnosticar a maturidade cultural e digital de uma organização nos quatro pilares.
- Elaborar um plano de ação de transformação em noventa dias.
- Aplicar o conceito de produto mínimo viável para validar hipóteses com baixo dispêndio.
- Classificar a carteira de clientes por perfil e aderência, definindo réguas de relacionamento.
- Selecionar indicadores e ferramentas de acompanhamento da experiência do cliente.

6 Conteúdo programático

- Unidade I — Mentalidade de transformação e barreiras da liderança
- Unidade II — Diagnóstico de maturidade cultural e digital
- Unidade III — Plano de ação por pilar
- Unidade IV — Implantação em noventa dias e produto mínimo viável
- Unidade V — Fundamentos do cliente-centrismo
- Unidade VI — Diagnóstico e dados de cliente
- Unidade VII — Estrutura de atendimento, régua de relacionamento e resultados
- Unidade VIII — Consolidação cultural do cliente-centrismo

7 Competências e habilidades

Ao concluir este curso, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Realizar diagnóstico de maturidade digital e traduzi-lo em plano de ação priorizado.
- Estruturar e conduzir um ciclo de transformação em noventa dias envolvendo lideranças e equipes.
- Projetar, testar e validar iniciativas digitais por meio de produto mínimo viável.
- Desenhar a jornada do cliente, identificar atritos e definir intervenções que elevem a experiência.
- Implantar métricas de relacionamento e estruturar times segmentados por perfil de cliente.

8 Matriz de competências

Competência declarada — o que o estudante passa a saber fazer → **Unidades de conteúdo** — onde a competência é desenvolvida → **Instrumento de verificação** — como a competência é aferida

O quadro abaixo rastreia cada competência declarada até as unidades de conteúdo que a desenvolvem e o instrumento que a verifica.

Cód.	Competência	Conteúdo	Verificação
CE1	Realizar diagnóstico de maturidade digital e traduzi-lo em plano de ação priorizado.	Unidades I, II	Questionário
CE2	Estruturar e conduzir um ciclo de transformação em noventa dias envolvendo lideranças e equipes.	Unidades II, III	Questionário
CE3	Projetar, testar e validar iniciativas digitais por meio de produto mínimo viável.	Unidades IV, V	Questionário
CE4	Desenhar a jornada do cliente, identificar atritos e definir intervenções que elevem a experiência.	Unidades V, VI	Questionário
CE5	Implantar métricas de relacionamento e estruturar times segmentados por perfil de cliente.	Unidades VII, VIII	Questionário

9 Metodologia

O curso é autoinstrucional e assíncrono, composto por 9 videoaulas que somam 0h59 de conteúdo audiovisual, acompanhadas de material de referência e de atividades de transposição ao contexto do estudante. Não há aulas em horário determinado, encontros obrigatórios nem tutoria síncrona.

Recomenda-se ao estudante manter um registro de aprendizagem ao longo do percurso, com três campos por unidade: o que aprendeu, o que isso muda em seu contexto e o que fará a respeito. Esse registro é o produto integrador do curso.

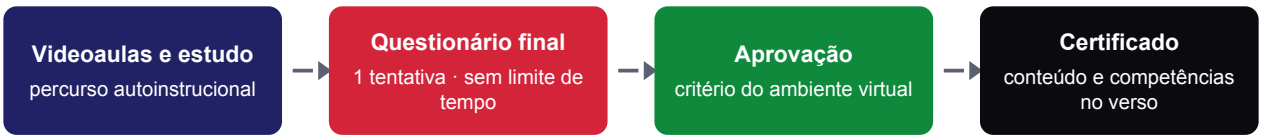
10 Composição da carga horária



Componente	Proporção	Horas	Natureza
Videoaulas	1,0 ×	0h59	Tempo efetivo de exibição
Estudo dirigido do material de referência	1,5 ×	1h29	Leitura dos textos indicados
Atividades de aplicação	2,5 ×	2h29	Transposição ao contexto do estudante
Avaliação e registro de aprendizagem	0,85 ×	0h50	Questionário e sistematização
Total	—	**6h00**	**Carga horária declarada**

A proporção adotada é a mesma do curso integrado Empreendedorismo com Propósito, de modo que a soma das cargas dos catorze microcursos corresponde exatamente às 150 horas do percurso completo. Isso preserva a equivalência entre cursar a disciplina isoladamente e cursá-la dentro do percurso.

11 Avaliação e certificação



O curso é avaliado por questionário disponibilizado ao seu término, configurado com uma tentativa e sem limite de tempo. Aplica-se o percentual mínimo de aprovação definido pela UniEVANGÉLICA para seus cursos livres, com possibilidade de nova tentativa mediante liberação da coordenação.

Ao ser aprovado, o estudante recebe certificado de 6 horas, emitido pelo ambiente virtual, com o conteúdo programático e as competências desenvolvidas impressos no verso. O certificado é de curso livre e não confere grau acadêmico.

12 Corpo docente

Mateus Magno

Campo	Descrição
Titulação	Especialização em Gestão de Negócios (Fundação Dom Cabral, 2016–2017)
Formação	Bacharelado em Administração de Empresas — Sistemas de Informação Gerencial (Universidade Santa Úrsula, 2003–2007); educação executiva no MIT Sloan (Digital Transformation Strategies, 2021), na Haas School of Business da University of California, Berkeley (2020–2021), na Yale University (Strategic Negotiation, 2020), na Nova School of Business and Economics (XBA, 2022), no ISE Business School (2015) e na Fundação Dom Cabral (Gestão Econômico-Financeira, 2015)
Vínculo institucional	Fundador e CEO da Magno Tech Gestão

Bacharel em Administração de Empresas, na área de Sistemas de Informação Gerencial, pela Universidade Santa Úrsula, com especialização em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral e formação executiva em transformação digital no MIT Sloan e na Haas School of Business da University of California, Berkeley, além de programas na Yale University, na Nova School of Business and Economics e no ISE Business School. Reúne mais de vinte anos de experiência nos setores de telecomunicações e tecnologia, com atuação em regulamentação, planejamento estratégico, desenvolvimento de negócios e alianças estratégicas. Respondeu pela diretoria de receitas de empresa brasileira de tecnologia de vídeo, abrangendo vendas, sucesso do cliente e arquitetura de software, e assumiu a codireção executiva da companhia em 2021. Dirige atualmente a Magno Tech Gestão.

13 Referências

- ROGERS, David. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital.
- REICHHELD, Fred. A pergunta definitiva 2.0 (Net Promoter Score).
- RIES, Eric. A startup enxuta (produto mínimo viável).
- BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.

14 Acessibilidade

As 9 videoaulas deste curso contam com legenda em português, disponível nos formatos SRT e VTT, produzida a partir da transcrição integral do conteúdo. A oferta de janela de interpretação em Libras está prevista como evolução, a ser dimensionada em projeto específico.

15 Guia do estudante

Você vai percorrer 9 videoaulas, 0h59 de conteúdo, distribuídos em 8 unidades. Este é um curso autoinstrucional: não há turma, não há horário e não há tutor esperando sua pergunta. O ritmo é seu, e é justamente isso que exige método.

Como estudar

1. Reserve blocos curtos e frequentes. Três sessões de quarenta minutos ao longo da semana rendem mais que uma maratona no fim de semana.
2. Assista com o seu contexto na cabeça, não com o caderno na mão. A pergunta útil não é “o que ele disse?”, e sim “o que isso muda no que eu faço?”.
3. Mantenha o registro de aprendizagem descrito na Seção 9. Ao final, você terá decisões tomadas, e não apenas anotações.
4. Faça o questionário depois de concluir todas as unidades — ele está configurado com uma única tentativa.

O que você leva ao final

Realizar diagnóstico de maturidade digital e traduzi-lo em plano de ação priorizado.

Sobre o material de referência

O material indicado na Seção 13 não é decorativo: parte relevante da carga horária corresponde à leitura dele, e há pontos em que o texto complementa o que a videoaula apenas menciona.

16 Texto sugerido para o verso do certificado

Verso do certificado

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

I. Mentalidade de transformação e barreiras da liderança; II. Diagnóstico de maturidade cultural e digital; III. Plano de ação por pilar; IV. Implantação em noventa dias e produto mínimo viável; V. Fundamentos do cliente-centrismo; VI. Diagnóstico e dados de cliente; VII. Estrutura de atendimento, régua de relacionamento e resultados; VIII. Consolidação cultural do cliente-centrismo.

COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS

Realizar diagnóstico de maturidade digital e traduzi-lo em plano de ação priorizado. Estruturar e conduzir um ciclo de transformação em noventa dias envolvendo lideranças e equipes. Projetar, testar e validar iniciativas digitais por meio de produto mínimo viável. Desenhar a jornada do cliente, identificar atritos e definir intervenções que elevem a experiência. Implantar métricas de relacionamento e estruturar times segmentados por perfil de cliente.

Docente: Mateus Magno. Carga horária de 6 horas, composta por videoaula, estudo dirigido, atividades de aplicação e avaliação. Curso livre na modalidade a distância, em regime autoinstrucional. Não confere grau acadêmico. Este curso integra o programa Empreendedorismo com Propósito, de 150 horas.