

<b>DISCIPLINA:</b> Tópicos Especiais Mercadológicos: Marketing de Serviços	<b>CÓDIGO:</b> GT00MER005.1
---	--------------------------------

**Departamento/Coordenação :**  
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas  
Coordenação do Curso de Bacharelado em Administração

**VALIDADE:** Início: 01/2017 Término:

**Carga Horária:** Total: 60 horas/aula Semanal: 04 aulas Créditos: 04

**Modalidade:** Teórica / prática

**Classificação do Conteúdo pelas DCN :** Formação profissional

**Ementa:**

Princípios de marketing de serviços. Compreensão dos Serviços: o papel dos serviços na economia; a natureza dos serviços; a estratégia em serviços. Projeto da Empresa de Serviços: desenvolvimento de novos serviços; o encontro de serviço; qualidade em serviços; serviços eletrônicos; a localização das instalações de serviços; as instalações de apoio. O Gerenciamento das Operações de Serviços: o gerenciamento de oferta e demanda; o gerenciamento de filas; o gerenciamento das relações de fornecimento de serviços. Em Direção ao Serviço de Classe Mundial: a melhoria da qualidade e da produtividade; crescimento e globalização dos serviços.

Cursos	Período	Eixo	Obrig.	Optativa
Administração	5º/ 6º /7º /8º	5- Mercadológico		X

**Departamento:**

Departamento de Ciências Sociais Aplicadas

**INTERDISCIPLINARIDADES**

Pré-requisitos	Código
O aluno deverá ter integralizado 1440 horas ou, equivalentemente, 96 créditos no curso.	
<b>Co-requisitos</b>	
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é pré-requisito</b>	
Não tem	
<b>Disciplinas para as quais é co-requisito</b>	
Não tem	

<b>Objetivos:</b> <i>A disciplina devesa possibilitar ao estudante</i>	
1	Compreender os princípios do marketing de serviços apresentando ao aluno seu atual cenário e conceitos utilizados contemporaneamente
2	Aplicar conceitos de Marketing de Serviços nos esforços de marketing organizacional.
3	Proporcionar ao aluno o conhecimento da utilização de ferramentas de gerenciamento do marketing na área de serviços
4	Apresentar a importância da busca pela qualidade na prestação de serviços
5	Discutir e apresentar o processo de desenvolvimentos de novos serviços

Unidades de ensino		Carga-horária
		Horas/aula
1	<b>Compreendendo os Serviços</b> - O Papel dos Serviços na Economia - A Natureza dos Serviços - A Estratégia em Serviços	12
2	<b>Projeto da Empresa de Serviços</b> - Desenvolvimento de Novos Serviços - O Encontro de Serviço - Qualidade em Serviços - Serviços Eletrônicos - A Localização das Instalações de Serviços - As Instalações de Apoio	18
3	<b>O Gerenciamento das Operações de Serviços</b> - O Gerenciamento de Oferta e Demanda - O Gerenciamento de Filas - O Gerenciamento das Relações de Fornecimento de Serviços	16
4	<b>Em Direção ao Serviço de Classe Mundial</b> - A Melhoria da Qualidade e da Produtividade - Crescimento e Globalização dos Serviços	14
<b>Total</b>		<b>60</b>

<b>Bibliografia Básica</b>	
1	FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. <b>Administração de serviços: orientações, estratégia e tecnologia da informação</b> . 4ª Edição, Porto Alegre: Bookman, 2005.
2	KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de Marketing</b> . 12 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
3	KOTLER, Phillip, KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de Marketing</b> . 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005

<b>Bibliografia Complementar</b>	
1	GRONROOS, Christian. <b>Marketing: gerenciamento e serviços - a competição por serviços na hora da verdade</b> . 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
2	LOVELOCK, Christopher H.; WIRTZ, Jochen. <b>Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados</b> . 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006
3	CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. <b>Marketing: criando valor para os clientes</b> . Tradução de Cecília C. Bartalotti, Cid Knipel Moreira; Revisão de Valesca Persch Reichelt. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
4	SWARTZ, Teresa A.; IACOBUCCI, Dawn (Ed.). <b>Handbook of services marketing &amp; management</b> . Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, c200
5	McKENNA, Regis. <b>Marketing de Relacionamento, Estratégias bem sucedidas para a era do cliente</b> . Rio de Janeiro, Campos, 1997.