

Curso: Administração | Código: ENEX60858 | Vigência: 2021

Carga Horária: 80 horas

Nome do Componente Curricular:

Aulas Semanais:

Gestão e Marketing de Serviços

4 Teóricas/0 Práticas

Etapa: 5

Ementa:

Conceito de Serviço. A importância dos Serviços. Estratégia em Serviços. Projeto de Serviços. Processo de Serviços. Gestão de Operações em Serviços. Qualidade em Serviços. Avaliação e Medição do Desempenho em Serviços.

Objetivo:

O objetivo desta disciplina é o de transmitir aos alunos os conceitos e referências teóricas essenciais de Administração da Operação de Serviços buscando, principalmente, estimular sua capacidade de analisar, projetar e gerenciar processos e operações de serviços. Identificar a inserção dos serviços em todos os setores da economia. Definir o uso do “serviço” como posicionamento estratégico para obter vantagem competitiva. Compreender o ciclo do serviço e a sua importância para a gestão de serviços com qualidade. Ser capaz de aplicar os conceitos de expectativas e satisfação do cliente ao projeto de um serviço.

Metodologia/Diretivas:

O desenvolvimento das aulas se baseará em exposições e críticas sobre os conceitos, em discussões sobre leituras de textos atuais da imprensa especializada incluindo debates, seminários e em trabalhos práticos: Estudos de Casos, Trabalhos individuais e em grupo, Testes; Questões, Problemas e Exercícios de Verificação de Aprendizagem.

Avaliação:

A avaliação da aprendizagem será sistemática e cumulativa, com prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados ao longo do período sobre o desempenho em situações pontuais, provocando a reflexão crítica do aluno a respeito dos temas abordados. Será feita através da avaliação dos trabalhos de pesquisa (tarefas), individuais e/ou em grupo, realizados em classe ou extraclasse baseados nos estudos de caso ou temas apresentados em aula e provas individuais.

Conteúdo Programático:

UNIDADE 1 - Introdução da disciplina

- 1.1 Conceito e Importância dos Serviços
 - 1.1.1. O Papel dos Serviços na Economia
 - 1.1.2. O Conceito de Serviço

UNIDADE 2 - A Natureza dos Serviços

- 2.1. Classificação dos Serviços
- 2.2. Serviços e suas Características Operacionais

2.3. O Serviço como Processo

2.4. O Ciclo do Serviço

UNIDADE 3 - A Estratégia em Serviços

3.1. Posicionamento e Entrega de Valor

UNIDADE 4 - Projeto de Serviços

4.1. As necessidades do cliente

4.2. A Cadeia Satisfação – Lucro

4.3. Sistemas de prestação de serviços

4.4. Gestão de Filas e planejamento da Capacidade em serviços

4.5. Dimensionamento das instalações de apoio, evidências físicas e bens complementares;
Localização

UNIDADE 5 - Processo de Serviços

5.1. O Processo de Serviço e o Ciclo expandido

5.2. Projeto e Mapeamento dos Processos de Serviço

5.3. Controle dos Processos de Serviço – Capabilidade

5.4. Prevenção de falhas e recuperação dos processos de serviço

UNIDADE 6 - Gestão de Serviços

6.1. O Gerenciamento de Oferta e Demanda

6.2. O Gerenciamento das Relações de Fornecimento de Serviços

UNIDADE 7 - Qualidade em serviços

7.1. Definições e conceitos básicos

7.2. O modelo dos Gaps

7.3. Qualidade do serviço desde o Projeto

7.4. Recuperação do Serviço

UNIDADE 8 - Avaliação e medição do desempenho de serviços

8.1. Avaliação do desempenho e Indicadores de Serviços

Bibliografia Básica:

FITZSIMMONS, James A e FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de Serviços**. 4ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

LOVELOCK, Christopher H. e WRIGHT, Lauren. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

HOFFMAN, K. Douglas E BATESON, John E. G. **Princípios de Marketing de Serviços – Conceitos, Estratégias e Casos**. Tradução da 3ª ed. norte-americana. São Paulo, Cengage Learning, 2010.

Bibliografia Complementar:



GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade.** Rio de Janeiro: Campus, 1995.

LOVELOCK, Christopher H. **Marketing de Serviços: Pessoas, Tecnologia e Resultados.** 7ª ed. São Paulo: Editora Pearson Prentice Hall, 2011.

CORREA, Henrique I. e CAON, Mauro. **Gestão de Serviços.** São Paulo: Atlas, 2002.

HESKETT, James L. et all. **Serviços Revolucionários: mudando as regras do jogo competitivo na prestação de serviços.** São Paulo: Pioneira, 1994.

JOHNSTON, Robert e CLARK, Graham. **Administração de Operações de Serviço.** São Paulo: Atlas, 2002.

