

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT		Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS	
Nome do Componente Curricular: MARKETING DE SERVIÇOS		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38ha	(X) Teóricas () Práticas	Etapa: 6	
<p>Ementa:</p> <p>Conceitos de serviços e marketing de serviços: análise, planejamento, implementação e controle para atender as necessidades do consumidor e suas expectativas. Gestão dos processos e pessoas, visando a qualidade percebida e satisfação dos clientes. Contemplação das diferenças entre produtos e serviços. Os 7 P's do composto mercadológico dos serviços. Marketing de Serviços B2B e B2C.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Setores da economia</p> <p>Importância econômica dos serviços para o Brasil Conceito de Marketing de Serviços</p> <p>Características dos serviços</p> <p>Os 7 P's do marketing de serviços</p> <ul style="list-style-type: none"> - O comprador de serviços - Gestão de pessoas no Mkt de Serviços <p>Comunicação Integrada de Marketing de Serviços</p> <p>Qualidade percebida e satisfação dos clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alta performance no atendimento em serviços - Expectativas do consumidor de serviços - Fidelização e retenção de clientes em serviços 			

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	-Apresentação da disciplina / objetivos Conteúdo programático e bibliografia Sistema de atividades e avaliação - Setores da economia: Importância econômica do setor de serviços para o Brasil	<p>Apresentação da Bibliografia e Fontes de informação</p> <p>Portal de Pesquisas Temáticas e Educacionais: Setores da Economia</p>
2	Conceito e características do serviços e do Marketing de Serviços: Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços – Visão Geral	<p>HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 1; 2 e 3</p> <p>Las Casas, Alexandre Luzzi, Marketing de serviços: como criar valores e experiências aos clientes / Alexandre Luzzi Las Casas, Jéssica Lora Las Casas. – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2019 (Cap 1)</p> <p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 1</p>
3	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços - (Elementos de Produto)	LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 4
4	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços - (Pessoas – Empregados, Consumidor, Interação entre clientes)	<p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 2; Cap. 8 pg 265; Cap 11 e 15</p> <p>HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 4; 9 e 10</p>
5	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços (Processos; Evidência Física)	<p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 8 e 10</p> <p>HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap.5 e 8</p>

6	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços (Lugar e tempo – Distribuição e Equilíbrio Demanda Capacidade)	<p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 5 e 9</p> <p>HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 1; 2 e 3</p>
7	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços (Preços e Outros Custos)	<p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 6</p> <p>HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 6</p>
8	Avaliação intermediária – P1 Prova individual	
9	Devolutiva P1 Comentários da avaliação Vista de provas	
10	Início avaliação intermediária P2 - Apresentação roteiro do trabalho Início da atividade prática em grupo – Atividade em Sala - Produto	Orientação Bibliografia completa
11	Orientação Atividade em grupo Atividade em sala – Pessoas;	Orientação Bibliografia completa
12	Orientação Atividade em grupo Atividade em sala – Processos; Evidência Física;	Orientação Bibliografia completa
13	Orientação Atividade em grupo Atividade em sala – Lugar e Tempo; Preços e outros custos	Orientação Bibliografia completa
14	Apresentação Atividade – P2 Parte 1	Bibliografia Completa
15	Apresentação Atividade – P2 Parte 2	Bibliografia Completa

16	Composto de Mkt de Serviços Os 7 P's do Mkt de serviços (Promoção e Educação) – Comunicação Integrada de Marketing de Serviços - A comunicação e divulgação de serviços	LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 7 HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 7
17	Qualidade percebida e satisfação dos clientes frente a suas expectativas Performance no atendimento em serviços Fidelização e retenção de clientes em serviços em Marketing de Serviços	LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. Cap. 12 e 14 HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2016. Cap. 12, 13 e 14
18	Provas Substitutivas e Finais	Bibliografia Completa
19	Provas Substitutivas e Finais	Bibliografia Completa
20	Provas Substitutivas e Finais	Bibliografia Completa

Bibliografia Básica:

HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.E.G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Thomson, 2003. (Número de chamada - 658.8 H699p c2003)
LOVELOCK, C.; WIRTZ, J; HEMZO, M.A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 7ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. (Número de chamada 658.8 L899m 7.ed. / 2011 e disp. Biblioteca Virtual)

Bibliografia Complementar:

CARIZON, J. A Hora da Verdade. São Paulo: Sextante, 2005. (Número de chamada - 658.4012 C286h c2005)
GRÖNROOS, C. Marketing: gerenciamento e serviços. São Paulo: Campus, 2009. (Número de chamada - 658.8 G876ma 3. ed. / 2009)
LAS CASAS, A.L. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 2002. (Número de chamada - 658.8 L337m 3. ed. / 2002)
Las Casas, Alexandre Luzzi, Marketing de serviços: como criar valores e experiências aos clientes / Alexandre Luzzi Las Casas, Jéssica Lora Las Casas. – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2019 (Biblioteca Virtual)
LOVELOCK, C. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2009. (Número de chamada - 658.8 L899s 2009)
ZEITHAML, V.A.; BITNER, M.J. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre: Bookman, 2003. (Número de chamada - 658.8 Z48m 2. ed. / 2003)