



Ministério da Educação  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
Setor de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Administração Geral e Aplicada

## Plano de Ensino MARKETING DE SERVIÇOS

**TURMA A2**  
**QUARTAS 18h30 – 20h30**  
**SEXTAS 20h30 – 22h30**

### 1. Dados Gerais

**Disciplina:** MARKETING DE SERVIÇOS **Código:** SA102

**Pré-requisito:** NÃO SE APLICA **Co-requisito:** NÃO SE APLICA

**Créditos:** 4

**CH total:** 60h

**CH semanal:** 04h

**Número de vagas ofertadas:** 55 vagas

**Docente(s):** FABRÍCIO PALERMO PUPO

**Contato:** fabriciopupo@ufpr.br

**Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem:**

<https://ufprvirtual.ufpr.br>

### 2. EMENTA (Unidade Didática)

O que é marketing; Perspectivas da administração de marketing; O ambiente de Marketing; Segmentação e Posicionamento; O composto de Marketing; A profissionalização em Marketing; Características e classificação dos serviços; O processo dos serviços; Marketing de relacionamento e endomarketing; Estratégias de serviços; Decisões do composto de marketing nos serviços.

### 3. PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. Definição de marketing
2. Ambiente de marketing
3. Composto mercadológico

4. Características e classificações dos serviços
2. O processo de prestação de serviços
3. Marketing de relacionamento
4. Endomarketing.
5. Estratégias de posicionamento de serviços
6. Decisões de sistemas de entrega, de preços e de promoção de serviços.

#### **4. OBJETIVO GERAL**

Apresentar os aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

#### **5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Estudar o conceito de marketing de serviços
- Entender a importância do marketing voltado aos serviços contábeis
- Analisar e conhecer estratégias de marketing aplicadas aos serviços

#### **6. METODOLOGIA**

A disciplina será composta de atividades remotas, realizadas em momentos síncronos e assíncronos. Semanalmente haverá encontros síncronos com duração de 90 minutos, em ambiente virtual, com o apoio didático de atividades na modalidade assíncrona, que serão desenvolvidas pelos estudantes, com um prazo pré-estabelecido, sob tutoria do docente.

O detalhamento das atividades síncronas e assíncronas com respectivas datas, horários, pesos das avaliações etc., constam no cronograma das aulas.

- a) Sistema de comunicação: A comunicação entre docente e estudantes será viabilizada em ambiente virtual de aprendizagem (UFPR Virtual) onde será disponibilizada toda e qualquer informação sobre a disciplina. Também por esta via, o estudante receberá o retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações complementares relativos aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas. Especificamente, os recursos da UFPR Virtual serão utilizados pela docente para disseminar informações sobre a disciplina, abrigar funções de apoio ao estudo, proporcionar acesso ao correio eletrônico, fóruns e “chats”, além de proporcionar trabalhos cooperativos entre os alunos.
- b) Materiais didáticos: Os materiais didáticos para as atividades de ensino compreenderão artigos científicos, reportagens e textos avulsos, livros, vídeos, guia de atividades, todos disponibilizados em meio digital.
- c) Ambiente virtual de aprendizagem, mídias e demais recursos tecnológicos: Para as atividades síncronas, será utilizada a plataforma Microsoft Teams que é disponibilizada pela UFPR. Caso haja instabilidade, a plataforma Google Meet poderá ser utilizada como alternativa. Para as atividades assíncronas e para todas as interações durante o tempo de realização da disciplina será utilizado o ambiente virtual de aprendizagem UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br>). Neste ambiente serão disponibilizados o planejamento da

disciplina, as atividades a serem realizadas, os textos, etc. O ambiente UFPR Virtual também será utilizado para o recebimento das atividades avaliativas e demais atividades realizadas pelos estudantes bem como será o meio para as comunicações pertinentes.

- d) Dinâmica das aulas: as aulas/atividades síncronas serão gravadas de forma a permitir o acesso futuro dos estudantes aos conteúdos abordados nas aulas. Conforme previsto no Art. 13, §9º da Resolução 22/21 CEPE, não haverá a obrigatoriedade de que “os estudantes liguem câmeras, microfones ou compartilhem telas, durante a integralidade das atividades letivas, exceção feita às avaliações, exame final e segunda chamada, desde que previamente definido na forma das avaliações no plano de ensino da disciplina.”
- e) Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A primeira semana da disciplina será dedicada a apresentação da disciplina e para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

## FORMAS DE AVALIAÇÃO

As formas de avaliação incluem os critérios de avaliação e frequência da disciplina.

Art 12: §2º Os trabalhos e avaliações – que constam nota e/ou frequência – devem ter o peso em relação à nota final e a respectiva correspondência de carga horária para computar a frequência explicitamente descritos no plano de ensino.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. 05 atividades individuais (A1 a A5) = 4 pontos cada atividade
2. 01 atividade em equipe (AG1) = 20 pontos
3. 01 prova individual (PI1) = 60 pontos

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova (A1 + A2 + A3 + A4 + A5 + AG1 + PI1)

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

### IMPORTANTE:

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

Sobre a FREQUENCIA:

A frequência na disciplina na modalidade EAD é aferida por meio da resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, cada aula a distância contará com uma ATIVIDADE a ser desenvolvida pelos alunos, e, conseqüentemente, contará como presença na referida aula.

Será atribuída 6 (seis) faltas ao aluno que não fizer a atividade da aula correspondente até a prazo estabelecido no calendário.

As atividades para fins de controle de frequência podem ser: atividades síncronas ou atividades assíncronas. No caso das atividades assíncronas, o aluno deverá entregar a atividade até a data previamente estipulada no calendário.

Por exemplo: se a disciplina está alocada na terça-feira, o aluno terá até a segunda-feira subsequente para realizar a atividade para fins de controle de frequência. Ou seja, o aluno terá o prazo de 7 dias para realizar a atividade.

No caso de atividades síncronas, o controle da frequência será feito somente por meio da realização, de forma assíncrona, de trabalhos e atividades, cuja entrega deverá ser agendada para, no mínimo, 48h após o término da atividade síncrona.

Trabalhos e avaliações que constituam NOTA E/OU FREQUÊNCIA devem ter peso em relação a nota final e a respectiva correspondência de CH para computar frequência explicitamente descritos no plano de ensino (§2º, art. 12).

Cabe ressaltar que o controle de frequência é diferente da atribuição da nota.

A resolução da atividade não precisa contabilizar como nota na disciplina, pode servir apenas para o controle de frequência. A nota pode ser atribuída de acordo com o desempenho do aluno nas atividades individuais, em equipe e na prova.

Por exemplo:

Atividade Semanal 1 (semana 1), apenas atribuição de frequência: entregar até dia XXXXX

Atividade Avaliativa 1, para composição da nota semestral: vale X pontos, entregar até dia XXX

Prova valendo X pontos, a ser realizada dia XXXX

Os discentes têm direito a segunda chamada de atividades avaliativas e provas. A data e forma de realização da segunda chamada deve ser acordada entre docente e discente. **Sugestão: o docente pode especificar na ficha 2 qual o prazo para pedido de segunda chamada (na Resolução 37/97 CEPE/UFPR o prazo regulamentar da universidade é de 5 dias úteis após a realização da atividade).**

## **Critérios da 37/97**

**§7º Fica garantido às/aos estudantes a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final, de acordo com critérios de concessão estabelecidos pela Resolução no 37/97-CEPE, considerando-se ainda, como critério para a concessão, a possibilidade da/do estudante ter problemas de acesso durante o desenvolvimento das avaliações e do exame final.**

*§ 1º - Considera-se impedimento do aluno para comparecer à avaliação:*

*a) exercícios ou manobras efetuadas na mesma data em virtude de matrícula no NPOR (Lei nº 4375, de 17.08.64), devidamente comprovadas por atestado da unidade militar;*

*b) internamento hospitalar devidamente comprovado pelo hospital;*

*c) doença comprovadamente impeditiva do comparecimento, confirmada por um atestado emitido por profissional da área de saúde;*

*d) luto pelo falecimento de parentes ou afins em linha reta e de colaterais até o segundo grau, comprovável pelo correspondente atestado de óbito;*

*e) convocação, com coincidência de horário, para depoimento judicial, policial ou assemelhado, devidamente comprovado;*

*f) convocação, com coincidência de horário, devidamente comprovada, para eleições em entidades oficiais;*

*g) viagem propiciada por convênio da UFPR, devidamente comprovada.*

*h) participação, devidamente comprovada, em atividades previstas nos artigos 81 e 82 desta Resolução.*

## **7. PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS**

### **A. Sistema de Comunicação:**

As aulas síncronas serão transmitidas via Microsoft Teams e serão gravadas para que possam ser acessadas pelos (as) alunos (as) sempre que necessitarem.

### **B. Material Didático Específico:**

As referências bibliográficas estarão disponíveis via “Minha Biblioteca UFPR”. Serão disponibilizados textos em pdf no portal do aluno, bem como slides de resumo das aulas.

Durante as aulas poderão ser indicados links de podcasts e vídeos de entrevistas para o aprimoramento e compreensão dos assuntos da disciplina.

### **C. Atribuições do professor-tutor:**

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades discentes, conforme o cronograma do curso; manter regularidade de acesso a plataforma e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

### **D. Infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina:**

Não há necessidade de recurso específico, como calculadora ou software.

### **E. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:**

A primeira semana da disciplina será dedicada a apresentação da disciplina e para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

Na data da primeira aula, será feita uma apresentação síncrona com o professor da disciplina, a fim de explicar a dinâmica das aulas.

## **8. BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)**

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Ediar, 2009

KOTLER, P.; KELLER, K. L. (2006) Administração de Marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006

## **9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)**

PRIDE, W. M.; FERRELL. O. C. Fundamentos de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2016

CHURCHILL, G. A., PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009

TYBOUT, A. M. Marketing. 1ª ed. – São Paulo: Saraiva, 2013

URDAN, Flávio Torres. URDAN, André Torres. Gestão do composto de marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013

<b>Semana / Aula</b>		<b>Tema</b>	<b>Leituras obrigatórias</b>	<b>Carga-horária semanal</b>
1.	02/02/2022	Semana de ambientação	Apresentação do plano de aulas	02H
2.	04/02/2022	Contextualização do tema	Disponível no portal virtual	02H
3.	09/02/2022	Definição de marketing	Disponível no portal virtual	02H
4.	11/02/2022	Definição de marketing	Disponível no portal virtual	02H
5.	16/02/2022	Ambiente de marketing	Disponível no portal virtual	02H
6.	18/02/2022	Ambiente de marketing	Disponível no portal virtual	02H
7.	23/02/2022	Composto mercadológico	Disponível no portal virtual	02H
8.	25/02/2022	AVALIAÇÃO PARCIAL (1)		02H
9.	02/03/2022	FERIADO / CARNAVAL		02H
10.	04/03/2022	Composto mercadológico	Disponível no portal virtual	02H
11.	09/03/2022	Marketing de serviços	Disponível no portal virtual	02H
12.	11/03/2022	O processo de prestação de serviços	Disponível no portal virtual	02H
13.	16/03/2022	O processo de prestação de serviços	Disponível no portal virtual	02H
14.	18/03/2022	Marketing de relacionamento	Disponível no portal virtual	02H
15.	23/03/2022	Marketing de relacionamento	Disponível no portal virtual	02H
16.	25/03/2022	Endomarketing	Disponível no portal virtual	02H
17.	30/03/2022	Endomarketing	Disponível no portal virtual	02H
18.	01/04/2022	Estratégias de posicionamento de serviços	Disponível no portal virtual	02H
19.	06/04/2022	Estratégias de posicionamento de serviços	Disponível no portal virtual	02H
20.	08/04/2022	Decisões de sistemas de entrega, de preços e de promoção de serviços	Disponível no portal virtual	02H
21.	13/04/2022	AVALIAÇÃO PARCIAL (2)		02H
22.	15/04/2022	FERIADO / PÁSCOA		02H
23.	20/04/2022	Estratégia em serviços	Disponível no portal virtual	02H
24.	22/04/2022	Estratégia em serviços	Disponível no portal virtual	02H
25.	27/04/2022	Modelos de negócios	Disponível no portal virtual	02H
26.	29/04/2022	Modelos de negócios	Disponível no portal virtual	02H
27.	04/05/2022	Tendências (1)		02H
28.	06/05/2022	Tendências (2)		02H
29.	11/05/2022	Tendências (3)		02H
30.	13/05/2022	Contextualização final	Disponível no portal virtual	02H
31.	18/05/2022	Conclusão dos assuntos		02H

<b>32.</b>	20/05/2022	PROVA BIMESTRAL		02H
<b>33.</b>	27/05/2022	EXAME FINAL		02H