



## I – IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

**Disciplina:** Marketing de Serviços

**Código:** SA102

**Pré-requisito:** não tem

**Co-requisito:** não tem

**Créditos:** 04 cr

**CH total:** 60h

**Docente:** Shirlei Miranda Camargo

**Contato:** shirleimirandacamargo@gmail.com / shirleicamargo@ufpr.br

**Ementa:** Perspectiva 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.

## II – OBJETIVOS

### Objetivo Geral

Transmitir aos participantes os princípios básicos do marketing de serviços para que possam ser aplicados na prática.

### Objetivos Específicos

Fomentar a troca de experiências e desenvolver o raciocínio analítico e estratégico favorecendo assim a identificação de oportunidades para a criação de valor superior e consequente criação e manutenção de vantagem competitiva no âmbito dos Serviços.

## III - PROGRAMA

1. O papel do marketing nas organizações.
2. O ambiente do marketing: criação de valor e papel na sociedade.
3. O sistema de marketing: relacionamentos em mercados consumidores e organizacionais.
4. Segmentação de mercado e posicionamento.
5. Origens do composto de marketing.
6. Carreiras em Marketing.
7. Especificidades dos serviços.
8. As etapas dos serviços.
9. Relacionamento com clientes externos e internos.

10. Estratégias aplicadas em serviços.

11. Composto de marketing nos serviços.

#### **IV - PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS**

O conteúdo programático será trabalhado por meio de aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, artigos e discussões em sala de aula. Será privilegiada a interação dos alunos por meio da participação nas atividades propostas ao longo do semestre. A proposta detalhada para o desenvolvimento da disciplina, bem como o cronograma das atividades e a definição das avaliações serão disponibilizados aos alunos na primeira semana de aula.

#### **V - FORMAS DE AVALIAÇÃO**

A avaliação dos alunos será feita por meio de provas individuais bimestrais e trabalhos em equipe. A avaliação final será composta de 2 (duas) notas parciais no Bimestre I e no Bimestre II. A proposta de avaliação e os respectivos pesos compreendem:

- a) Trabalho em equipe I: 30% da nota do Bimestre I
- b) Prova individual I: 70% da nota do Bimestre I
- c) Trabalho em equipe II: 30% da nota do Bimestre II
- d) Prova individual II: 70% da nota do Bimestre II

A nota final será composta da média aritmética simples das notas parciais.

**Importante:** De acordo com o Art. 94 da Resolução 37/97 CEPE, a aprovação do estudante na disciplina é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Sendo assim, o aluno deverá apresentar o mínimo de 45 presenças no semestre para aprovação. Salienta-se, no entanto, que a frequência mínima não é a única condição para a aprovação a qual também depende da nota mínima de aprovação (nota 70).

#### **VI – BIBLIOGRAFIA**

##### **Bibliografia Básica**

KOTLER, p., ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo, Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade total em serviços. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

##### **Bibliografia Complementar**

ALBRETCH, K. BRADFORD, L. Serviços com qualidade a vantagem competitiva. São Paulo: Makron Books, 1992.

BERRY, L. Serviços de satisfação máxima. Rio de Janeiro: Campus. 1996.

BERRY, L. Serviços de marketing: competindo através das qualidades. São Paulo: Maltese, 1992.

CHURCHILL, G.A.: PETER, J.P. Marketing: criando valor para os clientes 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

KOTLER, P. BLOOM, Paul. Marketing para serviços profissionais. São Paulo: Atlas, 1988.).

Importante: Os livros indicados na bibliografia básica estão disponíveis no formato digital no site <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/> e/ou na forma impressa na biblioteca setorial. O estudante terá acesso à Minha Biblioteca via seu e-mail da UFPR. O material indicado na bibliografia complementar será disponibilizado pela docente.

---

Shirlei Miranda Camargo