



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Gestão de Comércio e Serviços

ANO LECTIVO

2010/2011

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

| | | | |
|--------------------------|-----------------------|----------------|-------|
| Unidade Curricular | MARKETING DE SERVIÇOS | | |
| Área Científica | Marketing | | |
| Classificação curricular | «OBRIGA.» | Ano / Semestre | «3/2» |

| Créditos ECTS | Horas de trabalho do aluno | Carga horária das sessões de ensino | |
|---------------|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| | | Natureza Colectiva (NC) | Orientação Tutorial (OT) |
| 5 | 135 | 30T+30PL | |

| DOCENTES | | CATEGORIA |
|----------------------|-------------------|----------------------------|
| Responsável | | |
| Teóricas | José Gaio M. Dias | Eq. Assistente 1.º Triénio |
| Teórico-Práticas | | |
| Práticas | José Gaio M. Dias | Eq. Assistente 1.º Triénio |
| Prático-Laboratorial | | |

OBJECTIVOS

- Dar a conhecer a teoria de marketing de serviços, sistematizando e discutindo a literatura principal da disciplina; Fornecer os instrumentos técnicos especializados para utilização e aplicação profissional na área de marketing de serviços; Estimular e desenvolver nos alunos as capacidades de análise e crítica construtiva de forma a motivar a investigação na área. Os alunos deverão dominar a temática tratada sob o ponto de vista **teórico e prático**, aplicando os sistemas conceptuais à realidade económica e social da sua área de trabalho.

PROGRAMA PREVISTO

1. Introdução
 - 1.1 Caracterização dos serviços
 - 1.2 Os serviços e a comercialização
2. Marketing de serviços
 - 2.1 As especificidades do marketing de serviços
 - 2.2 O processo de compra dos serviços
 - 2.3 A qualidade dos serviços e a satisfação do cliente
3. A gestão de marketing das empresas de serviços
 - 3.1 Posicionamento e segmentação
 - 3.2 A gestão estratégica do serviço
 - 3.3 Os serviços e o webmarketing

BIBLIOGRAFIA

OBRAS RECOMENDADAS

Outras fontes bibliográficas serão distribuídas em aula.

- BATESON, John; HOFFMAN, K. Douglas (2001): *Marketing de Serviços*, Porto Alegre, Artmed-Bookman, trad Lúcia Simonini
- CASTRO, João Pinto e (2002): *Comunicação de Marketing*, Lisboa, Sílabo
- HORTINHA, Joaquim (2001): *E-Marketing. Um Guia para a Nova Economia*, Lisboa, Sílabo
- KOTLER, Philip (2000): *Marketing para o Século XXI*, Lisboa, Presença, trad Saul Barata
- KOTLER, Philip; HAIDER, Donald; REIN, Irving (1995): *Marketing Público*, São Paulo, McGraw-Hill, trad Eliane Kanner
- LINDON, Denis e outros (2004): *Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Dom Quixote (10ª ed.)
- PIRES, Aníbal (2002): *Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Lisboa, Verbo (3ª ed revista e actualizada)
- REIS, Ana Carla Fonseca (2003): *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura. Teoria e Prática*, São Paulo, Thomson
- VIEIRA, José Manuel Carvalho (2000): *Inovação e Marketing de Serviços*, Lisboa, Verbo

WEBGRAFIA

DECO – Proteste - <http://www.deco.proteste.pt/>

MARKTEST - Estudos de mercado, sondagens, audiências, publicidade - <http://www.marktest.pt/>

APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing - <http://www.appm.pt/>

AEP - Associação Empresarial Portuguesa - <http://www.aeportugal.pt/>

AIP - Associação Industrial Portuguesa - <http://www.aip.pt/>

APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem - <http://www.apct.pt/>

CCP - Confederação do Comércio e Serviços de Portugal - <http://www.ccp.pt/>

Instituto Nacional de Estatística - <http://www.ine.pt/>

Revista Meios e Publicidade – Online - <http://www.meiosepublicidade.pt/>

Jornal de Negócios – Online - <http://www.negocios.pt>

Revista Exame - <http://www.exame.pt/>

Revista Marketeer - <http://www.marketeer.pt/>

Superbrands Portugal - <http://www.superbrands.org/20726>

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

| | |
|---------------------|---|
| Avaliação Contínua | Participação, assiduidade e trabalhos na aula (cotação: 20%) |
| Avaliação Periódica | Frequência (cotação: 80%) |
| Avaliação Final | Exame final , caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado. A Época de Exame de Recurso - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames. A Época de Trabalhador-Estudante e a Época Especial – Exame. |

OBSERVAÇÕES



HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

| Dia | Horário | Local |
|--------------|----------------|---------------------|
| Quarta-feira | 13.30-15.30 | Gabinete do docente |

Yves Cavi Nant - Doc