



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR  
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

### CURSO DE GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Ano lectivo 2006-2007

#### MARKETING DE SERVIÇOS

Regime: Semestral / 3.º ano / 2.º semestre / Carga horária: 3 T/P

Docente: José Gaio M. Dias (Eq. Assist. do 1º Triénio)

#### Programa

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

- 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 (3.ª 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

#### Método de avaliação

Prova de frequência (cotação 80%) e realização de trabalhos (cotação 20%). Os alunos que não obtiverem nota igual ou superior a 10 (dez) valores serão sujeitos a um exame escrito.