



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 2003/2004

#### **MARKETING DE SERVIÇOS**

Regime: Semestral

3.º ano / 2.º semestre

Carga horária: 3 T/P

Docentes:

Jorge M. Martins (Professor Adjunto) e José-Gaio M. Dias (Equip. Assist. 1.º Triénio)

#### **Programa**

1. 1. Introdução

1.1 1.1 Caracterização dos serviços

1.2 1.2 Os serviços e a sua comercialização

2. 2. Marketing de serviços

2.1 2.1 As especificidades do marketing de serviços

2.2 2.2 O processo de compra dos serviços

2.3 2.3 A qualidade dos serviços e a satisfação do cliente

3. 3. A gestão de marketing das empresas de serviços

3.1 3.1 Posicionamento e segmentação

3.2 3.2 A gestão estratégica do serviço

3.3 Os serviços e as novas tecnologias

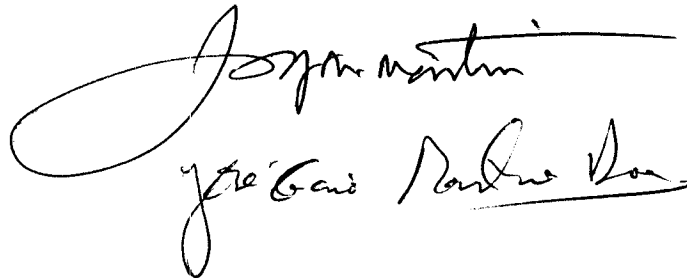
### **Sistema de avaliação**

Participação nas aulas, trabalho prático (50%), frequência (50%). Se o aluno não atingir a nota mínima de 10 valores é admitido a exame.

### **Bibliografia**

- BATESON, John; HOFFMAN, K. Douglas (2001): *Marketing de Serviços*, Porto Alegre, Artmed-Bookman, trad Lúcia Simonini
- CARDOSO, Gustavo (2003): *O Que É Internet?*, Lisboa, Quimera Ed
- CASTELLS, Manuel (2004[2001]): *A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, trad Rita Espanha, coord J. M. Paquete de Oliveira e Gustavo Cardoso
- CASTRO, João Pinto e (2002): *Comunicação de Marketing*, Lisboa, Edições Sílabo
- KOTLER, Philip (2000): *Marketing para o Século XXI*, Lisboa, Editorial Presença, trad Saul Barata
- KOTLER, Philip; HAIDER, Donald; REIN, Irving (1995): *Marketing Público*, São Paulo, McGraw-Hill, trad Eliane Kanner
- PIRES, Aníbal (2002): *Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Lisboa, Ed Verbo (3.ª ed revista e actualizada)
- REIS, Ana Carla Fonseca (2003): *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura. Teoria e Prática*, São Paulo, Thomson
- VVAA (1998): *Enciclopédia Internacional de Marketing*, Porto, Porto Editora

---



João Carlos Barbosa