

PLANO DE APRENDIZAGEM

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO			
Curso: Bacharelado em Administração			
Disciplina: Marketing de Serviços		Código:	
Professor: Me. Daiany Macieira Varjão		e-mail:	
CH Teórica: 60h	Prática: 0h	CH Total: 60h	Créditos: 03
Pré-requisito(s):			
Período: VI		Ano: 2019.1	

2. EMENTA:

A natureza, classificação e características dos serviços. Marketing de Serviços. Estratégias de marketing para empresas de serviços. Administração do marketing de serviços. Serviços adicionam valores. Marketing de pessoas, lugares, idéias e eventos. Aspectos estratégicos do marketing de serviços.

3. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DA DISCIPLINA:

-Capacidade para identificar o conjunto de atividades que objetivam a análise, o planejamento, a implementação, e o controle de programas destinados a obter e servir a demanda por produtos e serviços, de forma adequada, atendendo desejos e necessidades dos consumidores, e /ou usuários com satisfação.

Capacidade de criar estratégias que tornarão um serviço atraente para seu público alvo, de maneira inteligente para atrair os clientes, além de solidificar o nome da empresa no mercado.

4. OBJETIVO GERAL DA APRENDIZAGEM:

Oferecer ao corpo discente conhecimentos sobre o Marketing de Serviços, mostrando a sua importância e evolução na economia globalizada, oportunidades de negócios e particularidades relacionadas ao processo de conquista e fidelização do cliente, como fator diferencial da concorrência, a partir da excelência na qualidade dos serviços prestados.

5. CONTEÚDOS

ETAPA 1 ;

- Revisão Geral de Alguns tópicos Abordados nas Disciplinas de Marketing;
- Marketing na Área de Serviços;
- O Comprador de Serviços;
- Estratégias de Marketing de Serviços;
- Serviços que Adicionam valores a Tangíveis.

ETAPA 2 ;

- Preços
- Distribuição de Serviços;
- Venda Pessoal;

- Comunicação e Propaganda;
- Outras formas de Comunicação e Serviços;
- Serviços profissionais;
- Administrando o Marketing de Serviços.

6.:METODOLOGIA DO TRABALHO:

Estratégias de Ensino:

Aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, palestras presenciais e por meios eletrônicos, seminários, fórum de debates presenciais e no portal, exibição de filmes com discussão, trabalhos individuais e em grupo, discussões em classe e exercícios, atividades de pesquisa, prática extraclasse e visitas técnicas, com a participação efetiva do aluno, objetivando a construção do conhecimento pertinente ao conteúdo ministrado, fazendo uso de meios didáticos tradicionais, como quadro e pincel, além de projeções de imagens através de retro projetores e projetores de multimídia e, eventualmente, uso de laboratórios de informática e recursos de vídeo, quando convenientes ao conteúdo.

Recursos Técnico-pedagógicos:

Retroprojektor, Data-Show, Vídeo cassete; quadro branco e pincel, bem como o uso de leituras complementares: Revistas, Internet.

7. RECURSOS:

<input checked="" type="checkbox"/> Sala (comum)	<input type="checkbox"/> Sala Configuração Flexível	<input type="checkbox"/> Laboratório(s) - agendar
<input checked="" type="checkbox"/> Práticas em Campo	<input checked="" type="checkbox"/> Kit multimídia	<input checked="" type="checkbox"/> Outros (informar): sala de aula invertida; HOSTs

8. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

ETAPA 1:

• 1ª Etapa:

Na 1ª Etapa existirão 03 avaliações, que se dividirão da seguinte forma: NOTA 1 - Avaliação Processual: Valor - 10,0 (Dez pontos- SEM REPOSIÇÃO) A avaliação Processual se dá de forma contínua, onde a nota máxima (10,0 dez pontos) será subdividida em quatro atividades/ apresentação e debate dos conteúdos pelos alunos, exercícios e Estudos de Caso que serão aplicados em sala, pelo professor. Os estudos de Casos são textos que apresentam uma situação com determinado problema de mercado, e o estudante terá que apresentar solução para três perspectivas. As atividades não dão direito a reposição (ou seja, não haverá atividade de substituição para aqueles que perderem esta atividade). As atividades avaliativas processuais serão detalhadas com as datas fixadas no Pit da disciplina.

NOTA 2 - Avaliação Compartilhada/Metodológica: Valor - 10,0 (Dez pontos – A Combinar - SEM REPOSIÇÃO)

Nota 3 - Prova Institucional Avaliação individual valendo 100% da nota ou 10 pontos.

A avaliação escrita será composta por dez questões, sendo oito alternativas e duas dissertativas, versando sobre todos os temas discutidos na ETAPA 1. As avaliações serão concebidas no mesmo modelo estrutural de elaboração de questões utilizados nas provas do ENADE, e suas regras e orientações estarão expostas no campo de instruções. A avaliação será individual, e aplicada no dia 03/04/2018 conforme o calendário acadêmico. Caso ocorram alterações no Calendário Acadêmico de 2018, estada data poderá ser alterada, e devidamente comunicada aos estudantes. Ao final para saber a média do bimestre, basta somar as notas conseguidas em cada uma das avaliações e dividir por três.

• **2ª Etapa:**

Na 2ª Etapa existirão 03 avaliações, que se dividirão da seguinte forma: NOTA 1 - Avaliação Processual: Valor - 10,0 (Dez pontos- SEM REPOSIÇÃO) A avaliação Processual se dá de forma contínua, onde a nota máxima (10,0 dez pontos) será subdividida em quatro atividades/ apresentação e debate dos conteúdos pelos alunos, exercícios e Estudos de Caso que serão aplicados em sala, pelo professor. Os estudos de Casos são textos que apresentam uma situação com determinado problema de mercado, e o estudante terá que apresentar solução para três perspectivas. As atividades não dão direito a reposição (ou seja, não haverá atividade de substituição para aqueles que perderem esta atividade). As atividades avaliativas processuais serão detalhadas com as datas fixadas no Pit da disciplina.

NOTA 2 - Avaliação Compartilhada/Metodológica: Valor - 10,0 (Dez pontos – A Combinar - SEM REPOSIÇÃO)

Nota 3 - Prova Institucional Avaliação individual valendo 100% da nota ou 10 pontos.

A avaliação escrita será composta por dez questões, sendo oito alternativas e duas dissertativas, versando sobre todos os temas discutidos na ETAPA 1. As avaliações serão concebidas no mesmo modelo estrutural de elaboração de questões utilizados nas provas do ENADE, e suas regras e orientações estarão expostas no campo de instruções. A avaliação será individual, e aplicada no dia 05/06/2018 conforme o calendário acadêmico. Caso ocorram alterações no Calendário Acadêmico de 2018, estada data poderá ser alterada, e devidamente comunicada aos estudantes. Ao final para saber a média do bimestre, basta somar as notas conseguidas em cada uma das avaliações e dividir por três.

Conforme regime interno da FASETE, o aluno somente poderá repor a nota de prova escrita não realizada, através de 2ª chamada, caso sua ausência seja devidamente justificada e registrada através de requerimento no protocolo da Faculdade no prazo de três dias úteis após a data de realização da mesma. Nesse caso, fará uma prova de igual valor com todo o conteúdo abordado no semestre letivo. O aluno que perder as duas provas escritas já estará automaticamente na FINAL

09. ATENDIMENTO EXTRA CLASSE:

Agendar pessoalmente

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KOTLER, Philip. **Marketing de serviços profissionais:** estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros. Barueri: Manole, 2002

LAS CASAS, Alexandre. **Administração de marketing:** conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2014

LAS CASAS, Alexandre. **Marketing de Serviços.** São Paulo: Centauro, 2000

11. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COBRA, Marcos. **Estratégias de marketing de serviços**. São Paulo: Cobra, 2001
KOTLER, Philip. **Introdução ao marketing**. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000
KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 1998.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane e ROSENBERG, Mônica. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. São Paulo: Pearson, 2006
SCHMENNER, Roger W. **Administração de operações em serviços**. São Paulo: Futura, 1999.

12. LEITURA COMPLEMENTAR:

13. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

Serão disponibilizadas pelo Professor através do e-mail - renivaldo.ferraz@fasete.edu.br

14. APROVAÇÃO:

Aprovado em ____/____/____

Homologado em ____/____/____

COORDENADOR(A)

GERÊNCIA ACADÊMICA

OBS: As datas das avaliações poderão sofrer alterações de acordo com o disciplinado pela secretaria acadêmica da FASETE.