

MARKETING DE SERVIÇOS

Ementa

Fundamentos do marketing de serviços. Características dos serviços. A importância do marketing de serviços. Diferenças únicas entre bens e serviços. Busca da satisfação do cliente. Criando valor por meio dos serviços. Tipos de consumidores e serviços de negócio (ambientes: econômico, sociocultural, político-legal, tecnológico e competitivo). O composto de marketing para empresas prestadoras de serviços. Estratégias de marketing de serviços. Precificando serviços. Marketing de serviços integrado

Plano de Aula

1. Fundamentos do marketing de serviços
2. O composto de marketing para empresas prestadoras de serviços
3. Criando valor por meio dos serviços
4. Estratégias de marketing de serviços
5. Precificando serviços

Bibliografia

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G.; IKEDA, Ana Akemi; CAMPOMAR, Marcos C. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Cengage, 2009. LOVELOCK, Cristopher; WRIGHT, Lauren; MOREIRA, Cid Knipel. Serviços: marketing e gestão. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2006. MOREIRA, Julio Cezar T. Serviços de marketing: um diferencial competitivo. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. AAKER, David A. Administração estratégica de mercado. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. ZEITHAML, Valarie A.; BRITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D. Marketing de serviços: A empresa com foco no cliente. Porto Alegre: AMGH, 2014. CASTELAR, Mario. O marketing da nova geração: Como competir em um mundo globalizado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. COBRA, Marcos, BREZZO, Roberto. O novo marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Edipro, 2009.