



Disciplina: MARKETING ESTRATÉGICO DE VAREJO E SERVIÇOS

Código: MPA914

Créditos: 2.0

Horas/ Aula: 30

Ementa:

Caracterização do Marketing de Serviços. Composto do Marketing de Serviços. O Processo de Entrega de Serviços. O Ambiente de Serviço. Satisfação e Qualidade. A Experiência de Serviços. Pesquisa em Serviços. A disciplina tem por objetivo apresentar e discutir temas clássicos e atuais da área do marketing relacionados ao setor de serviços. Para tanto, faz uso de leituras de capítulos de livro básico de relevância e reconhecimento internacional, bem como de papers dos principais periódicos que lidam com o tema.

Bibliografia:

1. Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente. ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary JO; GREMLER, Dwayne D. 6ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2014.
2. Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 7ª. Edição. São Paulo: Pearson, 2011.
3. BATESON, John E. HOFFMAN, Douglas K. Marketing de Serviços, 4a. edição. Bookman, Porto Alegre, 2001.
4. Hooley, G. J; Saunders, J.A. & Piercy, N.F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. Prentice Hall, Segunda Edição, 417 p, 2001.
5. LAS CASAS, André Luizzi. Marketing de Varejo. 3a. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
6. LEVY, Michael. Administração do Varejo. São Paulo: Atlas, 2000LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. Serviços: Marketing e Gestão, Saraiva, 2002.
7. LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e resultados. 5ª Edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
8. OLIVER, Richard L. Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer. McGraw Hill, 1997.
9. ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo. Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente. 2003.