PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Gestão de Produtos e Serviços	**CÓDIGO DA DISCIPLINA:** T100		
	CARGA HORÁRIA: 56		
	AP: 28	**SP:** 28	**EC:** 0

REVISÃO: 2	**INÍCIO DE VIGÊNCIA:** 28/02/2018	**FIM DA VIGÊNCIA:**	**EXPEDIÇÃO:** 02/03/2018

CURSOS

OBJETIVOS

Desenvolver uma visão aplicada dos conceitos que embasam o desenvolvimento de produtos e serviços capazes de responder aos desafios de sobrevivência das organizações.

HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Identificação e compreensão das demandas de mercado. Visão sistêmica. Capacidade para o trabalho em equipe. Proatividade na antecipação dos problemas relacionados com o desempenho mercadológico da organização. Trabalho em equipe.

EMENTA

Os conceitos de produtos e serviços. Atributos gerais de produtos e serviços. Atributos específicos de produtos e serviços. Conceito de atendimento. O processo de desenvolvimento de produtos e serviços. Mapeando o processo de prestação de serviços. Analisando e melhorando o processo de prestação de serviço.

METODOLOGIA

O curso será desenvolvido através de leituras, vídeos, análises de casos, estudos dirigidos, apresentação oral e proposições de soluções. Ao aluno cumpre realizar as leituras, assistir aos vídeos, realizar as tarefas no Ambiente Virtual de Aprendizagem, atuar em grupo e individualmente. Ao professor cumpre indicar todo o material de referência, orientar os estudos, mediar as discussões em sala, disponibilizar referências, atividades e materiais no Ambiente Virtual de Aprendizagem e apresentar os conceitos utilizados através de exposição oral. Os temas abordados estarão intrinsecamente relacionados com questões de sustentabilidade, de tal modo que despertem a consciência crítica e reflexiva dos alunos acerca dos necessários equilíbrios econômico, social, político e ambiental.

RECURSOS INSTRUCIONAIS

Quadro Branco, Datashow e Ambiente Virtual de Aprendizagem.

AVALIAÇÃO

As notas do primeiro (P1) e segundo (P2) bimestres compreenderão o somatório das seguintes avaliações: Avalições do Professor: 6,0 pontos e Sistema Integrado de Avaliação: 4 pontos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GOBE, C. A. Gerência de Produtos. São Paulo: Saraiva, 2006 (BV-MB) (Código:1116 - 0 disponíveis.)

ROCHA, M.; READE, D. MOLA, J. IGNACIO, S. Marketing Estratégico. o Paulo: Saraiva, 2015. (BV-MB) (Código:1065 - 0 disponíveis.)

ZEITHAML, V.A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. Marketing de Serviços: a empresa com foco no cliente. São Paulo: AMGH, 2014. (BV-MB) (Código:1043 - 0 disponíveis.)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994. (Código:168 - 3 disponíveis.)

GRÖNROS, Christian. Marketing: gerenciamento e serviços: a competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 1995. (Código:174 - 1 disponíveis.)

MAIMON, Dalia. Passaporte verde: gestão ambiental e competitividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996. (Código:576 - 1 disponíveis.)

NOMENCLATURA: AP: Atividades em Sala de Aula; SP: Atividades Semipresenciais; e EC: Atividades Extraclasse.

PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: Gestão de Produtos e Serviços	**CÓDIGO DA DISCIPLINA:** T100		
	CARGA HORÁRIA: 56		
	AP: 28	**SP:** 28	**EC:** 0

REVISÃO: 2	**INÍCIO DE VIGÊNCIA:** 28/02/2018	**FIM DA VIGÊNCIA:**	**EXPEDIÇÃO:** 02/03/2018

MOLLER, Claus. O lado humano da qualidade: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. São Paulo: Pioneira, 1994. (Código:175 - 1 disponíveis.)

VIEIRA, Liszt. Cidadania e globalização. Rio de Janeiro: Record, 2013. (Código:301 - 13 disponíveis.)

ELABORAÇÃO:	Manuel Santos Borges Alvarez
APROVAÇÃO:	Coordenação do Curso de Marketing

NOMENCLATURA: AP: Atividades em Sala de Aula; SP: Atividades Semipresenciais; e EC: Atividades Extraclasse.