



Faculdade Interamericana de Porto Velho – UNIRON

Núcleo de Ciências Gerenciais e Administrativas

Curso de Administração

Coordenação: Prof^ª. MSc. ADM. **Lucimara Gonçalves de Rezende**

Componente Curricular: **Gestão de Serviços** (3275)

Carga Horária Total: 30h. (Teórica)

Período: 8^º Turno: Noturno Ano: 2014_1

Professor: Dr. Sérgio Rodrigues Alves - www.profsergio.net

Plano de Ensino

1 - PERFIL DO PROFISSIONAL

A Faculdade Interamericana de Porto Velho visa formar administradores especialistas generalistas, ou seja, que possuam uma especialização sólida em sua área de atuação, mas que sejam capazes no processo de tomada de decisões, dominar outros assuntos ou áreas que indiretamente possam afetar o seu desempenho. Que sejam inovadores, utilizando-se dos aspectos científicos, técnicos, sociais, humanos, econômicos e financeiros na produção de bens e serviços, e dinamicamente relacionados com as pessoas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e a perpetuação das organizações através do desenvolvimento sustentável. Dessa forma, sua formação especialista e ao mesmo tempo ampla, permite que compreendam as implicações resultantes de suas decisões no contexto global da organização onde irá desenvolver suas atividades, de forma interativa, desenvolvendo uma visão de mundo, não se preocupando apenas com os resultados imediatos, mas também com os impactos de suas ações nas demais áreas da empresa ao longo prazo.

Fonte: PPC. ADMINISTRAÇÃO. UNIRON (2012, p.6-7)

2 - EMENTA

A era dos serviços. Características e elementos dos serviços. A gestão da qualidade das atividades de linha de frente e o *princing* (precificação) em serviços. Gestão da qualidade das atividades de retaguarda em serviços. Gestão dos custos e da eficiência em serviços. Gestão dos recursos humanos e organização em serviços. Previsões, projeto e gestão das instalações em serviços. Gestão dos estoques e das filas de clientes em serviços. Gestão das redes de suprimentos em serviços. Estratégia de operações. Serviços na nova economia.

Fonte: PPC. ADMINISTRAÇÃO. UNIRON (2012, p.40)

3 - COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

- Capacidade de planejar, coordenar e avaliar serviços.
- Capacidade de mapear processos de serviços e ciclo de vida dos serviços.
- Capacidade de gerenciar o relacionamento com clientes para manter e otimizar serviços.
- Capacidade de identificar o perfil do consumidor de serviços e aplicar ferramentas e técnicas da gestão e marketing de serviços.

4 – JUSTIFICATIVA DA DISCIPLINA

É crescente a diferenciação de marcas através da inovação e qualidade de seus serviços ou mesmo da agregação destes com produtos. O setor de serviços apresenta importância capital para o desenvolvimento econômico do país. Entender a dinâmica da gestão de serviços, aliás, setor que representa “68,7% do PIB – Produto Interno Bruto Brasileiro”*, sendo ainda o setor em que “(...) todas as atividades acumularam crescimento até setembro de 2013”** é imprescindível na formação do administrador moderno cuja capacitação permitirá desde a aplicação do marketing de serviços até a gestão da qualidade em serviços considerando-os como “bens intangíveis”.

* Fonte: IBGE. Contas Nacionais Trimestrais: Indicadores de Volume e Valores Correntes – Jul/Set 2013. (p.17) – Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Nacionais/Contas_Nacionais_Trimestrais/Fasciculo_Indicadores_IBGE/pib-vol-val_201303caderno.pdf> - Acesso em: 06.Fev.2014.

** Fonte: IDEM (p.23)

5 – OBJETIVO DA DISCIPLINA

Desenvolver competências e habilidades para diferenciar e relacionar a gestão de serviços e produtos, bem como suas implicações nas organizações modernas.

5.1 - Objetivos por Unidade de Ensino

UNIDADE I - FUNDAMENTOS DE SERVIÇOS

- Conhecer e compreender as teorias e práticas adotadas na gestão de serviços.
- Compreender as relações do setor de serviços com o mercado.

UNIDADE II - SERVIÇOS NA NOVA ECONOMIA

- Desenvolver visão sobre o crescimento do segmento do setor de serviço no contexto organizacional associado à tecnologia e aos processos de globalização.

UNIDADE III - GESTÃO SISTÊMICA DE SERVIÇOS

- Analisar e elaborar projetos de operações de serviços.
- Dominar técnicas gerenciais de gestão de serviços.

UNIDADE IV - QUALIDADE DOS SERVIÇOS

- Agregar valor e aumento de competitividade ao setor de serviços. Conhecer e adaptar modelos de gestão de serviços.
- Compreender a diferença entre melhoria contínua (*kaizen*) e melhoria de massa (reengenharia).

5.2 - Unidades de Ensino

UNIDADE I - FUNDAMENTOS DE SERVIÇOS

- Aspectos históricos dos serviços – relação e diferenciação com produtos.
- Características dos serviços: VIPI
- Elementos dos serviços: 8p
- Classificação dos serviços: Profissionais, Loja de Serviços, De massa (inclusive públicos e concessões).
- Linha de frente (Front Office) e de Retaguarda (Backroom).

- Marketing de Serviços: 4C e 4A.

UNIDADE II - SERVIÇOS NA NOVA ECONOMIA

- Globalização
- Internacionalização
- Estudos de caso em Gestão de Serviços: serviços via Internet, antropologia do consumo, terceirização de serviços, *franchising* de serviços.
- *Princing* (precificação) em serviços.
- Gestão dos custos em serviços.

UNIDADE III - GESTÃO SISTÊMICA DE SERVIÇOS

- Projetos de serviços: RH, Recursos Materiais e Instalações, Cronogramas - Alinhado ao PMI.
- Gestão dos estoques e das filas de clientes em serviços.
- Gestão das redes de suprimentos em serviços - SCM

UNIDADE IV - QUALIDADE DOS SERVIÇOS

- Gestão da Qualidade em Serviços: QoS e SLA.
- Modelos de Gestão de Serviços com ênfase aos serviços on-line: CMM e ITIL.
- Medidas de desempenho em serviços.
- Eficiência, Eficácia e Efetividade em serviços – E³.
- Gestão de Relacionamento com Clientes – CRM.

6 - PROPOSTA METODOLÓGICA

Estratégias de Ensino e Práticas pedagógicas variadas: aulas expositivas, estudo de caso, seminários, grupo de verbalização e grupo de observação, debates, estudo dirigido, *Game* pedagógico (*quiz* acadêmico), *PBL* – Aprendizagem Baseada em Problema. *POL* – *Project Oriented Learning*. Aprendizagem Baseada em Tecnologia (laboratório de informática da IES), Aprendizagem Colaborativa *on-line* (Fórum, Wiki - escrita colaborativa e outros), alternando construcionismo, instrucionismo e conectivismo.

7 - PROPOSTA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO E APRENDIZAGEM

1º Bimestre

Avaliação parcial on-line, com valor de 10,0 pontos (peso três).

Avaliação bimestral impressa, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

2º Bimestre

Avaliação parcial on-line, com valor de 10,0 pontos (peso três).

Avaliação bimestral impressa, com valor de 10,0 pontos (peso sete).

8 - FONTES DE ESTUDO E PESQUISA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BERNARDINO, Eliane de Castro. Marketing de varejo – reimpressão – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- CHURCHIL, Gilbert; PETER, J.Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000

- KOTLER, Philip. Princípios de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001.
- BASTA, Darci. FUNDAMENTOS DE MARKETING – 6 ed – Rio de Janeiro- Editora FGV, 2006

Fonte: PPC. ADMINISTRAÇÃO. UNIRON (2012, p.40)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GRUENWALD, George. Como desenvolver e lançar um produto novo no mercado. São Paulo: Makron Books, 1994.
- PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- RAPP, Stan; COLLINS, Tom. Maximarketing. São Paulo: MacGraw-Hill, 1993.
- RICHERES, Raimar. O que é marketing? São Paulo: Brasiliense, 1994

Fonte: PPC. ADMINISTRAÇÃO. UNIRON (2012, p.40)