

# GESTÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

DisciplinalID - 101336

## Descrição da disciplina e código do produto

GESTÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS - (ID 60019)

## Ementa

O produto e o mix de produtos (níveis, hierarquia, classificação e mix). Decisões de linha de produtos (análise de linha, extensão de linha, modernização de linha, decisão de marca, estratégia de marca e reposicionamento). A natureza dos serviços (categoria e características dos serviços). Estratégias de marketing (gerenciamento da diferenciação, da qualidade e da produtividade dos serviços). Estratégia de serviços pós-venda. Principais tendências nos serviços a clientes.

## Conteúdo programático

1.

Introdução ao marketing

2.

Concepção de produto

3.

Decisões de linha de produtos

4.

Concepções de serviços

5.

Estratégias de marketing

6.

Principais tendências nos produtos e nos serviços

7.

Pós-venda e relacionamento com o cliente

## Bibliografia básica

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

CHIAVENATO, I. Administração geral e pública. 2. ed. Rio de Janeiro : Elsevier, 2008.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

CHURCHILL, G. PETER, P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

SOLOMON, M. O comportamento do consumidor. Comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

ANDRADE, D. F. (Org.). Gestão de serviços. Artigos brasileiros. Belo Horizonte: Poisson, 2017. v. 2.

CARVALHO, M. M, PALADINI et al. (Org.) Gestão de serviços: casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

URDAN, F. T.; URDAN, A. T. Gestão do composto de marketing. São Paulo: Atlas, 2006.

ROZENFELD, H. et. al. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Saraiva, 2006.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologias, resultados. 7. ed. São Paulo: Pearson do Brasil, 2011