

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM MARKETING DE SERVIÇOS Curso Nº: 6900 Nº de Registo:	Unidade Curricular: MARKETING DE SERVIÇOS Código:
--	--

Ano: 1º	Créditos ECTS: 6	Tipo: TP Teórica-Prática	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 2º			Total: 160	Contacto: 40
Área Científica: Ciências do Marketing Código: CM			Regente: Doutor José Ferro Camacho, Prof. Auxiliar	
Competências a Adquirir: Compreender a importância crescente dos serviços e do marketing de serviços; Perceber a diferença entre produtos e serviços em termos conceptuais e de gestão de marketing; Perceber a penetração do conceito de serviços nos produtos e a tangibilização através de elementos de “evidência física” dos serviços. Saber integrar os conceitos percebidos na actividade normal de um gestor de marketing.				
Descrição do Programa: Serviços, Produtos e Clientes - O marketing numa economia de serviços; e o comportamento dos clientes perante a prestação de serviços. O marketing mix dos serviços. Tópicos para linhas de Investigação em Marketing de Serviços.				
Metodologia: Sessões de apresentação de conceitos; Sessões de discussão com os estudantes relativamente aos conceitos anteriormente apresentados; Sessões de aplicação dos conceitos em situações apresentadas em casos de estudo.				
Avaliação: A avaliação será constituída por 2 componentes, a primeira com base no trabalho desenvolvido por grupos de alunos, para análise e discussão de estudos de caso - ponderação de 30% na nota final. A segunda terá por suporte a realização de uma prova escrita individual, no final da unidade curricular, com um peso de 70%.				
Bibliografia: 1/ LOVELOCK, Christopher e Wirtz, Jochen, Services Marketing - People, Technology, Strategy, New Jersey, Prentice Hall 2007 2/ KASEPR, Hans, Van Helsdingen, Piet e De Vries jr., Wouter, Services Marketing Management, USA, John Wiley & Sons 2002 3/ SAIAS, Luis - Marketing de Serviços, Universidade Católica Editora, 2007 4/ 5/				