

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

Ano: 1º	Créditos ECTS: 3	Tipo: T Teórica	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 2º			Total: 80	Contacto: 20
Área Científica: Ciências do Marketing Código: CM			Regente: Mestre Carlos Alves Rosa, Assistente	
<p>Competências a Adquirir:</p> <p>A- Resultados da aprendizagem</p> <p>No final desta UC pretende-se que os alunos estejam aptos para: 1- identificarem os modelos e as técnicas fundamentais para a gestão de projectos, nomeadamente de marketing de serviços. 2- diagnosticarem oportunidades e proporem a resolução de problemas de marketing de serviços. 3- conceberem projectos de marketing de serviços. 4- desenvolverem dispositivos de monitorização e controlo dos projectos de marketing de serviços.</p> <p>B. Competências transversais</p> <p>Visa-se o desenvolvimento de competências correlacionando a gestão de marketing de serviços e a gestão da qualidade.</p> <p>C. Competências técnicas</p> <p>C.1. Específicas - Saberem conceber avaliar e aplicar projectos de marketing de serviços e sua monitorização para a melhoria contínua do desempenho, satisfação e fidelização dos clientes/utentes.</p> <p>C.2. Gerais - Desenvolver competências de análise estratégica e tática (aplicação operacional) para a gestão e controlo do marketing de serviços.</p> <p>D. Conhecimento</p> <p>Obter um conhecimento actualizado e aprofundado dos modelos e técnicas para a gestão de projectos de marketing de serviços, de melhoria contínua do desempenho e da satisfação, atendimento e fidelização de clientes de serviços.</p>				
<p>Descrição do Programa:</p> <p>Introdução aos métodos e técnicas de gestão de projectos. Concepção, planeamento e gestão de projectos de marketing de serviços. Meios e técnicas disponíveis (Post-it; redes PERT, CPM, Project Manager). Análise de oportunidades e de resolução de problemas de marketing de serviços. Diagnóstico, definição de projectos e objectivos. Gestão e melhoria contínua do desempenho. A qualidade em marketing de serviços. Ciclo PDCA de Deming. Planeamento e gestão de projectos de marketing de serviços. Modelo "Value - Based Project Management". Operacionalização. Definição de actividades, estágios, "marcos de projecto", "caminhos críticos" e "rede de actividades". Prática de planeamento de projectos de marketing de serviços. Programas de gestão da satisfação, atendimento e fidelização de clientes. Ciclos de monitorização da qualidade do desempenho e sistemas métricos de controlo (escala <i>Serviceperf</i>). Análise de casos. Concepção e planeamento de um projecto de marketing de serviços (trabalho de grupo, com maximização de dinâmicas potenciais).</p>				
<p>Metodologia:</p> <p>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.</p>				
<p>Avaliação:</p> <p>A avaliação será constituída por 3 componentes, com notações numa escala de 0 a 20 valores:</p> <p>Componente 1: avaliação individual sobre a participação e presença nas aulas, ponderação de 15%;</p> <p>Componente 2: avaliação individual aferida por um trabalho de prova de conhecimentos: ponderação de 35%;</p> <p>Componente 3: avaliação de trabalhos realizados em contexto de grupo sobre a apresentação escrita e oral de um projecto para a melhoria do desempenho de uma organização de serviços: ponderação de 50%.</p>				
<p>Bibliografia:</p> <p>1/ CRONIN, J. J. & Taylor, S. A. (1992). <i>Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension</i>. Journal of Marketing, 56(3), 55-68.</p> <p>2/ DAVID I. CLELAND, Roland Gareis (2006). <i>Global project management handbook</i>. McGraw-Hill Professional.</p> <p>3/ KOTLER, P. (1999). <i>Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control</i>. NJ: Prentice-Hall.</p> <p>4/ SAIAS, L. (2007). <i>Marketing de Serviços, Qualidade e Fidelização de Clientes</i>. Universidade católica Editora, Lisboa.</p> <p>5/ VILARES, M.J., COELHO, P.S. (2005). <i>Satisfação e Lealdade do Cliente</i>. Escolar Editora, Lisboa.</p>				