Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis - FACC
Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA
Mestrado Acadêmico em Administração

Disciplina: Administração de Serviços
Professor(a): Mariana Pereira Chaves Pimentel

PROGRAMA

Objetivo

Explorar a natureza específica dos serviços e a importância dos serviços para as economias atuais. Discute duas áreas centrais da gestão de serviços, operações e clientes. Ainda, pretende-se abordar temas integrativos como gestão da qualidade e da produtividade em serviços e as estratégias em serviços.

Ementa

Os serviços na economia. A natureza dos serviços. Operações em serviços. Os clientes. Qualidade e produtividade em serviços. Estratégias em serviços.

Conteúdo resumido em tópicos

•Os serviços na economia
•A natureza dos serviços
•Criação de valor, estratégia e inovação em serviços
•Desenvolvimento de novos serviços
•Projeto de serviços: design, instalações, timing e programação
•Ecossistemas de serviços
•O encontro e a tecnologia em serviços

Critérios de avaliação

A avaliação do aprendizado terá como base as atividades avaliativas individuais ou coletivas assim distribuídas:
- Participação nos debates em sala – 20%
- Apresentação de seminário – 30%
- Trabalho final da disciplina – 50%

Bibliografia básica

GEMMEL, PAUL; VAN DIERDONCK, ROLAND; VAN LOOY, BART. Services management: an integrated approach. London: Pitman Publishing, 1998.
SPILLER, EDUARDO; PLÁ, DANIEL; LUZ, JOÃO; SÁ, PATRICIA. Gestão de serviços e marketing interno. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.
FITZSIMMONS, JAMES; FITZSIMMONS, MONA. Administração de Serviços - Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2014. 7ª Ed.
MAGLIO, Paul P.; KIELISZEWSKI, Cheryl A.; SPOHRER, James C.; LYONS, Kelly; PATRÍCIO, Lia; SAWATANI, Yuriko. Handbook of Service Science, Volume II. Springer: Switzerland, 2019.
HURD, AMY; BARCELONA, ROBERT; ZIMMERMAN, JO AN; READY, JANET. Leisure Services Management. Champain, Illinois: Human Kinetics, 2020. 2a Ed.

Bibliografia complementar

PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. Welcome to Experience Economy. Harvard Business Review, 1998.

FURRER, O.; KERGUIGNAS, F.; DELCOURT, C.; GREMLER, D. Twenty-seven years of service research: a literature review and research agenda. Journal of Services Marketing, 2020.

SANGIORGI, Daniela; LIMA, Filipe; PATRÍCIO, Lia; JOLY, Maíra Prestes; and FAVINI, Cristina. A Human-Centred, Multidisciplinary, and Transformative Approach to Service Science: A Service Design Perspective. In: P. P. Maglio et al. (Eds.), Handbook of Service Science, Volume II, Service Science: Research and Innovations in the Service Economy. Springer: Switzerland, 2019.

WALKER, Rhett H.; JOHNSON, Lester W.; LEONARD, Sean. Re-thinking the conceptualization of customer value and service quality within the service-profit chain Managing Service Quality, Vol. 16 No. 1, 2006

VOSS, Chris; CHASE, Richard. Experience, Service Operations Strategy, and Services as Destinations: Foundations and Exploratory Investigation. Production and Operations Management, 2008

LUSCH, Robert F.; VARGO, Stephen L.; O'BRIEN, Matthew. Competing through service: Insights from service-dominant logic. Journal of Retailing 83, 5–18, 2007

MENOR, Larry J.; TATIKONDA, Mohan V.; SAMPSON, Scott E. New service development: areas for exploitation and exploration. Journal of Operations Management 20, 135–157, 2002

EDVARDSSON, Bo; OLSSON, Jan. Key concepts for new service development. The Service Industries Journal; Apr 1996.

Yu, Eun; Sangiorgi, Daniela. Service Design as an Approach to Implement the Value Cocreation Perspective in New Service Development Journal of Service Research, 2018, Vol. 21(1) 40-58

Jean-Louis Chandon; Pierre-Yves Leo; Jean Philippe. "Service encounter dimensions - a dyadic perspective:Measuring the dimensions of service encounters as perceived by customers and personnel". International Journal of Service Industry Management, Vol. 8 Iss 1 pp. 65 – 86, 1997.

Paulo Rita; Tiago Oliveira, Almira Farisa. The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. Heliyon, Volume 5, Issue 10, 2019.