

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS

CONCURSO PÚBLICO PARA SELEÇÃO DE PROFESSOR

PROGRAMA DAS PROVAS

1. As características dos serviços e suas implicações para o composto de marketing ampliado para serviços
2. Composto de marketing ampliado para serviços
3. O encontro de serviços e a administração de pessoas (clientes internos e clientes externos)
4. Evidências físicas e cenário de serviços
5. Avaliação da qualidade e da satisfação do consumidor de serviços
6. Falhas em serviços e estratégias de recuperação de serviços
7. O comportamento do consumidor de serviços
8. A ideia do negócio e a análise de oportunidades
9. O Plano de Negócios

Bibliografia:

DEGEN, R. J.. **O Empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: PersonPrentice Hall, 2009.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. São Paulo: Revista de Administração, v.34, n.2, p.05-28, abr/jun 1999.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços: Operações, Estratégias e Tecnologia de Informação**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GRONROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços – A competição por serviços na hora da verdade**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOFFMAN, K. D. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. 3ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. 5ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MOTTA, P. C. **Serviços: pesquisando a satisfação do consumidor**. Rio de Janeiro: Papel Virtual, 1999.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.