



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS – CAD

Disciplina: Estratégia, Marketing e Inovação(Operações): Gestão de Operações em Serviços

Código: CAD951

Turma: GS

Carga horária: 30 horas/aula

Créditos: 02 (dois)

Classificação: Optativa

Curso: Mestrado/Doutorado em
Administração

Horário: Quarta-feira 08:30 - 10:30h e sexta-feira 14:00 - 16:00h

Período Letivo: 1º Semestre de 2020 - Segundo Bimestre

Professor: Noel Torres Júnior, Dr.

EMENTA

Serviços: importância, conceito e características. Classificação e análise dos principais sistemas de operações em serviços. Planejamento, programação e controle dos sistemas de operações em serviços. A busca pela qualidade e produtividade na gestão de operações em serviços. O desenvolvimento de novos serviços.

JUSTIFICATIVA

Como parte significativa dos empregos existentes em nossa sociedade estão no setor de serviços e diante das diferenças e especificidades em relação às operações de manufatura surge a necessidade de compreender a gestão das operações em serviços sob uma ótica própria. Várias iniciativas neste sentido se fazem presentes e muitas delas ainda se encontram na fase de desenvolvimento. Alguns autores entendem que os princípios e técnicas de planejamento e controle das operações em serviço devam ser derivações dos princípios e técnicas usadas na manufatura de bens, por outro lado, outros buscam construir um arcabouço de conhecimento próprio para a área. Neste contexto, a disciplina busca compreender as diferentes abordagens, suas especificidades e desafios para a gestão das operações em serviços.

METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas serão conduzidas de modo virtual utilizando-se das plataformas Moodle, Microsoft teams e Google Meet. A disciplina será conduzida por meio de atividades assíncronas e síncronas.

Atividades assíncronas:

- Leitura dos textos disponibilizados na plataforma Moodle
- Assistir as vídeo aulas disponibilizadas na plataforma Moodle.
- Entrega das resenhas e trabalhos pela plataforma Moodle.

Atividades síncronas:

- Discussão dos textos trabalhados na disciplina com os alunos por meio de videoconferência (A discussão será gravada e posteriormente disponibilizada aos alunos).
- Apresentação de seminários por dupla de alunos (A apresentação será gravada e posteriormente disponibilizada aos alunos).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1º Semana de aula - Aula 01

Apresentação dos alunos, do professor, do programa e das atividades a serem conduzidas na disciplina.

1º Semana de aula - Aula 02

SERVIÇOS: IMPORTÂNCIA, CONCEITO E CARACTERÍSTICAS.

Resenhas:

1. LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A., **Marketing de Serviços:** pessoas, tecnologia e estratégia, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 7ª Edição, 2011, Cap.01.
2. LOVELOCK, C. H.; GUMMESSON, E. *Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives*, **Journal of Service Research**, Vol. 7, No. 1, p.20-41, 2004.
3. SAMPSON, S. E.; FROEHLE, C.M. Foundations and Implications of a Proposed Unified Services Theory **Production and Operations Management POMS**, Vol. 15, No. 2, Summer 2006, pp. 329–343

2º Semana de aula - Aula 03

CLASSIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS PRINCIPAIS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS

Diferentes Tipologias de Serviços



Resenhas:

1. LOVELOCK, C. H. Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights, **Journal of Marketing**, Vol. 47, p. 9-20, 1983.
2. WEMMERLÖV, Urban. A Taxonomy for Service Processes and its Implications for System Design. **International Journal of Service Industry Management**, v. 1, n. 3, p. 20–40, dez. 1990
3. SILVESTRO, Rhian; *et al.* Towards a Classification of Service Process, **International Journal of Service Industry Management**, Vol. 3 , No. 3, p. 62-75, 1992.

2º Semana de aula - Aula 04

CLASSIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS PRINCIPAIS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS

Diferentes Tipologias de Serviços

Resenhas:

1. BOWEN, J.; FORD, R. C. Managing Service Organizations: Does Having a “Thing” Make a Difference? **Journal of Management**, v. 28, n. 3, p. 447–469, 2002.

Seminários # 01

1. COOK, D. P; GOH, C.; CHUNG, C. H. Service typologies: A state of the art survey, **Production and Operations Management**, Vol. 8 No. 3, p. 318-338, 1999.
2. VAN DER VALK, W.; AXELSSON, B. Towards a managerially useful approach to classifying services. **Journal of Purchasing and Supply Management**, v. 21, n. 2, 2015.

3º Semana de aula - Aula 05

PLANEJAMENTO, PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DOS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS.

Proposta de Valor

Resenhas:

1. LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A., **Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 7ª Edição, 2011, Cap.04 e 06.
2. OERTZEN, A. S. et al. Co-creating services—conceptual clarification, forms and outcomes. *Journal of Service Management*, v. 29, n. 4, p. 641–679, 2018.
3. KARMARKAR, U. S.; ROELS, G. An analytical framework for value co-production in services. **Service Science**, v. 7, n. 3, p. 163–180, 2015.

Seminário # 02:

1. BETTENCOURT, L. A.; LUSCH, R. F.; VARGO, S. L. A Service Lens on Value Creation. **California Management Review**, v. 57, n. 1, p. 44–66, 2014.
2. KARMARKAR, U. S.; ROELS, G. An analytical framework for value co-production in services. **Service Science**, v. 7, n. 3, p. 163–180, 2015.

3º Semana de aula - Aula 06

Estratégia de Operações em Serviços

Resenhas:

1. LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A., **Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 7ª Edição, 2011, Cap.03.
2. MORRIS, A.; FREI, F. **Feitas para servir - como lucrar colocando o cliente no centro do seu negócio**, HSM EDITORA, 2013 Cap. 01 e 02.

Seminário # 03:

1. SCHMENNER, R. W. How Can Service Business Survive and Prosper?, **Sloan Management Review**, Spring, p. 21-32, 1986.
2. SCHMENNER, R. W. Service Businesses and Productivity, **Decision Sciences**, v.35 ,n.3, p. 33-347, 2004.

4º Semana de aula - Aula 07

CLASSIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS PRINCIPAIS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS

Industrialização dos Serviços

Resenhas:

1. CHASE, R. B. Where does the customer fit in a service operation?, **Harvard Business Review**, Nov./Dec., p. 137-42, 1978.



2. CHASE, R. B. Revisiting “Where does the customer fit in a service operation?”: Background and Future Development of Contact Theory. In. MAGLIO, P. P.; KIELISZEWSKI, C. A.; SPOHRER, J. C. (Editors). **Handbook of Service Science**, Springer Science+Business Media, 2010, p. 11-17.
3. SAMPSON, S. E.; CHASE, R. B. Customer contact in a digital world. **Journal of Service Management**, 2020.

4º Semana de aula - Aula 08

Evolução da Gestão de Operações em Serviços:

Resenhas:

1. MACHUCA, J. A.D.; GONZALEZ-ZAMORA, M. del M.; AGUILAR-ESCOBAR, V. G. Service Operations Management research, **Journal of Operations Management**, v.25, p. 585–603, 2007.
2. VICTORINO, L. et al. Service operations: what have we learned? **Journal of Service Management**, v. 29, n. 1, p. 39–54, 8 jan. 2018.

Seminário # 04:

1. BITNER, M. J.; BROWN, S. W. The service imperative, **Business Horizons**, vol. 51, p. 39-46, 2008 .
2. METTERS, R. The Neglect of Service Science in the Operations Management Field, In. MAGLIO, P. P.; KIELISZEWSKI, C. A.; SPOHRER, J. C. (Editors). **Handbook of Service Science**, Springer Science+Business Media, 2010, p. 309-319.

5º Semana de aula - Aula 09

A BUSCA PELA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE NA GESTÃO DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS.

1. MORRIS, A.; FREI, F. **Feitas para servir - como lucrar colocando o cliente no centro do seu negocio**, HSM EDITORA, 2013 Cap. 04
2. FREI, F. X. Breaking the trade-off between efficiency and service, **Harvard Business Review**, Nov., p. 92-101, 2006.

5º Semana de aula - Aula 10

Produtividade em serviços

Resenhas:

1. GRÖNROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**, Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.Cap.09

Seminário # 05:

1. GRÖNROOS, C.; OJASALO, K. Service productivity Towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services, **Journal of Business Research**, Vol. 57, p. 414-423, 2004.
2. JOHNSTON, R.; JONES, P. Service productivity: Towards understanding the relationship between operational and customer productivity, **International Journal of Productivity and Performance Management**, Vol. 53, No. 3, p. 201-213, 2004.

6º Semana de aula - Aula 11

PLANEJAMENTO, PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DOS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS.

Gestão da Capacidade em Serviços

Resenhas:

1. FIGUEIREDO, K. F. **Gestão de capacidade em serviços**, Rio de Janeiro: UFRJ/COPPEAD (Relatórios Coppead; 369), 23 p., 2004.
2. TORRES JÚNIOR, Noel. **Mensuração e Análise da Capacidade**. (Apostila de Disciplina) Belo Horizonte: Mimeo, 2017

6º Semana de aula - Aula 12

PLANEJAMENTO, PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DOS SISTEMAS DE OPERAÇÕES EM SERVIÇOS.

Gestão da Capacidade em Serviços

Resenhas:

1. MAISTER, D. H. **The Psychology of Waiting Lines**, In. Czepiel, J. A.; Solomon, M. R.; Surprenant, C. F. **The Service Encounter: managing Employee/Customer Interaction in Service Businesses**, New York: Lexington Books, p. 113-123, 1985.

Seminários # 06:

1. DAVIS, M. M.; HEINEKE, J. Understanding the Roles of the Customer and the Operation for Better Queue Management, **International Journal of Operations & Production Management**, v.14 ,n.5, p. 21-34, 1994.



2. JONES, P.; PEPPIATT, E. Managing perceptions of waiting times in service queues, **International Journal of Service Industry Management**, v.7 ,n.5, p. 47-61, 1996.

7º Semana de aula - Aula 13

O Encontro de Serviços

Resenhas:

1. CZEPIEL, J. A. et al. Service Encounters: An Overview, In: Czepiel, J. A.; Solomon, M. R.; Surprenant, C. F. **The Service Encounter: managing Employee/Customer Interaction in Service Businesses**, New York: Lexington Books, p. 67-82, 1985.
2. BATESON, J. E.G. Perceived Control and the Service Encounter, In: Czepiel, J. A.; Solomon, M. R.; Surprenant, C. F. **The Service Encounter: managing Employee/Customer Interaction in Service Businesses**, New York: Lexington Books, p. 67-82, 1985.

Seminários 07:

1. JO BITNER, M. et al. Customer contributions and roles in service delivery. **International Journal of Service Industry Management**, v. 8, n. 3, p. 193–205, ago. 1997.
2. DONG, B. et al. Effect of Customer Participation on Service Outcomes. **Journal of Service Research**, v. 18, n. 2, p. 160–176, 26 maio 2015.

7º Semana de aula - Aula 14

Inovação em Serviços

Resenhas:

1. SAMPSON, S. E. Visualizing Service Operations. **Journal of Service Research**, v. 15, n. 2, p. 182–198, 2012.
2. [Visualizing and Improving Service Processes with PCN Analysis](#), **Handbook of Service Science**, Volume 2, Pages 433-454, Springer, New York, Paul P. Maglio, Cheryl A. Kieliszewski, James C. Spohrer, Kelly Lyons, Yuriko Sawatani, and Lia Patricio, 2018

8º Semana de aula - Aula 15

Conceitos Básicos sobre Qualidade em Serviços

Resenhas:

1. GRONROOS, C. **Service Management and Marketing: managing the Service Profit Logic**. 4. ed. Chichester: Wiley, 2015. Cap.04, p. 93-126
2. ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. **Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente**. 6. ed. Porto Alegre: Editora Bookman, 2014. Caps. 2, 3 e 4

8º Semana de aula - Aula 16

Apresentação do ensaio com o método PCN

AVALIAÇÃO

ATIVIDADES	PONTOS
Resenhas – uma por tópico (individual).	40
Seminário (Individual ou em grupo de no máximo de 02 alunos)	30
Ensaio (Individual ou em grupo)	30
TOTAL	100

Todos os alunos devem fazer resenhas dos textos identificados como tal. Deverá ser feita uma resenha que sintetize os textos utilizados em cada aula. Cada resenha deve apresentar a síntese dos textos e, no final, um comentário do aluno. Este trabalho terá entre duas e três páginas e será entregue na aula correspondente aos textos analisados. O objetivo é desenvolver a capacidade de síntese, exercitar a escrita e proporcionar a participação qualificada nas discussões em sala.