PROGRAMA…......................: CMCD

DEPARTAMENTO ............: POI: Production and Operations Management

COURSE................................: Pesquisa em Operações de Serviço

PROFESOR ............: Juliana Bonomi

SEMESTRE............................: 2°/2018 (Aulas: Quarta-feira, 9:00 - 12:50 PM)

**SYLLABUS**

 descrição do curso

Com o crescimento da importância dos serviços nas economias, pesquisadores de diferentes campos começaram a voltar suas atenções para a prestação de serviços. Desde a década de 70, pesquisadores já exploram como e por que produtos e serviços diferem em relação ao processo de desenvolvimento, produção e comercialização. A pesquisa em serviços cresceu e ganhou periódicos específicos, tais como o *Jounal of Service Research, Journal of Services Management*, e *The Services Industries Journal*. Dentro do campo de operações, os serviços também ganharam espaço com autores explorando as diversas nuances da operação de serviço. Esse curso tem como objetivo oferecer aos interessados uma visão das diferentes áreas de pesquisa dentro do campo de operações de serviço. A disciplina se foca em serviços B2C, mas os conceitos centrais se aplicam para B2B também.

 Objetivos de Aprendizagem

 Ao final desse curso, os alunos devem estar aptos a:

1. Entender de maneira aprofundada as especificidades da gestão das operações de serviço

2. Avaliar de forma mais crítica a pesquisa de operações de serviços em diferentes campos

 3. Identificar a qual vertente de pesquisa seus interesses se relacionam

 Estrutura do curso

Esse curso se divide em dois blocos. Na primeira parte do curso, vamos entender de forma mais aprofundada o que que são serviços e as especificidades da gestão de operações de serviços. Na segunda parte, o intuito é nos aprofundar em algumas áreas específicas dentro da gestão de operações de serviços. Sendo assim, os principais temas cobertos na disciplina são:

* Serviços, produtos e a diferença entre eles
* O conceito e o processo de serviço
* O papel do cliente no processo de serviços
* Áreas de estudo em operações de serviço

 METodologia de ensino

O curso se baseará na leitura de artigos seminais, discussão em sala de aula e seminário dos alunos. No início do curso, os alunos se dividirão em grupos e escolherão temas de interesse do grupo. Cada grupo realizará 1 ou 2 seminários (dependendo do número de inscritos). Espera-se que no seminário, os grupos ministrem uma aula sobre o tema escolhido. Para isso, deverão se basear na leitura básica sugerida e buscar novas referências, principalmente referencias mais atuais para apontar para os colegas para qual direção o campo de pesquisa está indo. Durante os seminários, a professora e os outros alunos discutirão conceitos relevantes relacionados a temática e aos textos lidos.

 avaliação

**Participação (30%)**: refletirá a participação do aluno em sala de aula e será medida com base na presença em sala, leitura dos textos e contribuição para as discussões.

**Seminário (40-50%)**: refletirá a qualidade do conteúdo ministrado e da apresentação feita e será medido de acordo com critérios pré-estabelecidos e opinião dos outros colegas.

**Essay (20-30%)**: é uma dissertação individual sobre um dos temas visto em sala de aula, podendo ser o mesmo tema há estudado pelo aluno no seminário. Será avaliado de acordo com critérios pré-estabelecidos.

 COMmUNICAção

Encontros para discussão e dúvidas disponíveis sob agendamento. Enviar um email para: Juliana.bonomi@fgv.br

 Plano de aulas – sujeito a alteração

|  |  |
| --- | --- |
| **Datas**  | **Temas** |
| **08/Ago** | Serviços e Produtos: qual a diferença? |
| **15/Aug** | As operações de serviço |
| **22/Aug** | Conceito de serviço |
| **29/Aug** | Processo de serviço |
| **05/Sep** | O papel do cliente no processo de serviço |
| **12/Sep** | A experiência de serviço |
| **19/Sep** | Produtividade em serviços |
| **26/Sep** | Desenvolvimento de serviços |

 bibliografia

Não há livro base para essa disciplina, mas sim um conjunto de artigos que cobrem as diferentes temáticas estudadas. Todos os alunos deverão ler os textos recomendados para a aula. A lista abaixo pode sofrer alterações.

|  |  |
| --- | --- |
| **1** | **Serviços e Produtos: qual a diferença?** |

Luiz Corrêa, H., Ellram, L. M., José Scavarda, A., & Cooper, M. C. (2007). An operations management view of the services and goods offering mix. International Journal of Operations & Production Management, 27(5), 444-463.

Araujo, L., & Spring, M. (2006). Services, products, and the institutional structure of production. Industrial Marketing Management, 35(7), 797-805.

Gadrey, J. (2000). The characterization of goods and services: an alternative approach. Review of income and wealth, 46(3), 369-387.

|  |  |
| --- | --- |
| **2** | **As operações de serviço** |

Silvestro, R. (1999). Positioning services along the volume-variety diagonal: the contingencies of service design, control and improvement. International Journal of Operations & Production Management, 19(4), 399-421.

Kellogg, D. L., & Nie, W. (1995). A framework for strategic service management. Journal of Operations Management, 13(4), 323-337.

Schmenner, R. W. (1986). How can service businesses survive and prosper?. Sloan Management Review (1986-1998), 27(3), 21.

|  |  |
| --- | --- |
| **3** | **Conceito de serviço** |

Edvardsson, B., & Olsson, J. (1996). Key concepts for new service development. Service Industries Journal, 16(2), 140-164.

Roth, A. V., & Menor, L. J. (2003). Insights into service operations management: a research agenda. Production and Operations management, 12(2), 145-164.

|  |  |
| --- | --- |
| **4** | **O processo de serviço** |

Ponsignon, F., Smart, P. A., & Maull, R. S. (2011). Service delivery system design: characteristics and contingencies. International Journal of Operations & Production Management, 31(3), 324-349.

Sampson, S. E. (2012). Visualizing service operations. Journal of Service Research, 15(2), 182-198.

Tax, S. S., & Stuart, I. (1997). Designing and implementing new services: The challenges of integrating service systems. Journal of Retailing, 73(1), 105-134.

|  |  |
| --- | --- |
| **5** | **O papel do cliente no processo de serviço** |

Sampson, S. E., & Froehle, C. M. (2006). Foundations and implications of a proposed unified services theory. Production and operations management, 15(2), 329-343.

Chase, R. B. (1981). The customer contact approach to services: theoretical bases and practical extensions. Operations research, 29(4), 698-706.

Bitner, M., Faranda, W. T., Hubbert, A. R., & Zeithaml, V. A. (1997). Customer contributions and roles in service delivery. International journal of service industry management, 8(3), 193-205.

|  |  |
| --- | --- |
| **6** | **A experiência de serviço** |

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. MIT Sloan Management Review, 32(3), 39.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. the Journal of Marketing, 41-50.

Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric services. Journal of Service Research, 13(1), 67-82.

|  |  |
| --- | --- |
| **7** | **Produtividade em serviços** |

Frei, F. X. (2006). Breaking the trade-off between efficiency and service. Harvard business review, 84(11), 92.

Schmenner, R. W. (2004). Service businesses and productivity. Decision Sciences, 35(3), 333-347.

Mersha, T. (1990). Enhancing the customer contact model. Journal of Operations Management, 9(3), 391-405.

|  |  |
| --- | --- |
| **8** | **Desenvolvimento de serviços**  |

Bitran, G., & Pedrosa, L. (1998). A structured product development perspective for service operations. European Management Journal, 16(2), 169-189.

Froehle, C. M., & Roth, A. V. (2007). A resource‐process framework of new service development. Production and operations management, 16(2), 169-188.

Santos, J.B., & Spring, M. (2013). New service development: managing the dynamic between services and operations resources. International Journal of Operations & Production Management, 33(7), 800-827.