IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas

Nível: ☒ Mestrado ☒ Doutorado

Disciplina: **Gestão de Operações de Serviços**

Semestre: 2024/1

Carga horária: 45 horas

Créditos: 03

Professor: Prof.ª Dr.ª Miriam Borchardt

Código da disciplina: 115492/ 115508

EMENTA

Operações de serviços, como um tema sob a grande área Gerência da Produção, considera: abordagens para o gerenciamento operacional de organizações de serviços B2B (entre empresas) e B2C (entre empresa e consumidor); programas de relacionamento, gestão de operações, fidelização, recuperação de serviços, prevenção de falhas e gerenciamento da lucratividade; integração entre bens e serviços (servitização e sistemas produto-serviço) sob os enfoques mercadológicos e da sustentabilidade socioambiental, bem como suas implicações na gestão das operações de serviços; modelos de negócio visando maximizar a agregação de valor.

OBJETIVOS

- Desenvolver a capacidade de compreensão dos conceitos relacionados à Gestão de Operações de Serviços.
- Desenvolver a capacidade de proposição de alternativas para a gestão de serviços puros e industriais, bem como para a gestão da oferta integrada de soluções.
- Desenvolver competências conceituais e aplicadas afetas à gestão das operações de serviços.

METODOLOGIA

Estudo de caso desenvolvido a partir da análise das lacunas emergentes da literatura. Esse estudo é desenvolvido em ambiente laboratorial sob a supervisão dos docentes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Os estudos de caso a serem desenvolvidos poderão abarcar alguns dos temas a seguir descritos, bem como outros temas emergentes de interesse dos alunos (desde que esses temas se alinhem com os objetivos da disciplina):

- Barreiras e alternativas para a servitização;
- Estruturação da cadeia de valor em serviços analisando alternativas contratuais e de gestão dos fornecedores;
- Práticas de gestão da qualidade aplicadas em operações de serviços;
- Alternativas para ampliar sustentabilidade corporativa por meio da oferta de serviços relacionados à gestão do ciclo de vida do produto;
- Alternativas e formas de ofertas de serviços baseadas em sustainable consumption, economia colaborativa, negócios sociais.

AVALIAÇÃO

Cada etapa estabelecida para a elaboração de pesquisa científica deverá ser entregue conforme cronograma estabelecido para a disciplina. As principais etapas são (i) analisar os construtos a serem pesquisados; (ii) definir questão de pesquisa; (iii) definir unidades de análise; (iv) estrutura método de trabalho; (v) estabelecer questões de investigação; (vi) efetuar estudo piloto; (vii) ajustar instrumento de coleta e efetuar coleta de dados; (viii) analisar resultados e discutir os achados da pesquisa. A avaliação considera a entrega de material correspondente a cada etapa e a análise e crítica deste material.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABDELKAFI, N.; PERO, M.; MASI, A.; CAPURSO, I. Revisiting the servitization-sustainability link: A case study in the professional printing supply chain. **Cleaner Logistics and Supply Chain**, v. 4, p. 100061, 2022. https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100061

DMITRIJEVA, J.; SCHROEDER, A.; ZIAEE BIGDELI, A.; BAINES, T. Paradoxes in servitization: A processual perspective. **Industrial Marketing Management**, v. 101, p. 141–152, 2022. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.12.007

GALVANI, S.; BOCCONCELLI, R. Intra- and inter-organizational tensions of a digital servitization strategy. Evidence from the mechatronic sector in Italy. **Journal of Business and Industrial Marketing**, v. 37(13), p. 1–18, 2022. https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2021-0183

KAMALALDIN, A.; LINDE, L.; SJÖDIN, D.; PARIDA, V. Transforming provider-customer relationships in digital servitization: A relational view on digitalization. **Industrial Marketing Management**, v. 89, p. 306–325, 2020. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.02.004

LI, A. Q.; CLAES, B.; KUMAR, M.; FOUND, P. Exploring the governance mechanisms for value co-creation in PSS business ecosystems. **Industrial Marketing Management**, v. 104, p. 289–303, 2022. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.05.005

LI, B.; KUMAR, S. Managing Software-as-a-Service: Pricing and operations. **Production and Operations Management**, v. 31(6), p. 2588–2608, 2022. https://doi.org/10.1111/poms.13729

RADDATS, C.; NAIK, P.; ZIAEE BIGDELI, A. Creating value in servitization through digital service innovations. **Industrial Marketing Management**, v. 104(April 2021), p. 1–13, 2022. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.04.002

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GUEDES, M. J.; PATEL, P. C.; KOWALKOWSKI, C.; OGHAZI, P. Family business, servitization, and performance: Evidence from Portugal. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 185, p. 122053, 2022. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122053

LEMINEN, S.; RAJAHONKA, M.; WENDELIN, R.; WESTERLUND, M.; NYSTRÖM, A. G. Autonomous vehicle solutions and their digital servitization business models. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 185, 2022. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122070

LI, A. Q.; KUMAR, M.; CLAES, B.; FOUND, P. The state-of-the-art of the theory on Product-Service Systems. **International Journal of Production Economics**, v. 222, 2020. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.09.012

SINGH, M.; JIAO, J.; KLOBASA, M.; FRIETSCH, R. Servitization of Energy Sector: Emerging

Service Business Models and Startup's Participation. **Energies**, v. 15(7), 2022. https://doi.org/10.3390/en15072705