

Um estudo sobre a qualidade do serviço em dois processos de serviços prestados pela Faculdade de Natal, na percepção dos alunos e fundamentação no Boletim de avaliação pelo cliente Albrecht.

- **Alexandre Silva Teixeira**

RESUMO

O presente trabalho apresentado através de uma pesquisa bibliográfica e exploratória, trata-se de uma abordagem mercadológica, cujo objetivo é fundamentar as práticas de marketing através dos espectros da tangibilidade de Shostack, especificamente o Modelo Molecular e a Escala da Tangibilidade. Estes espectros tornam possível mostrar que poucos produtos são puros ou plenamente tangíveis. Isto significa que os serviços tendem a ser mais intangível que os produtos manufaturados, e estes tendem a ser mais tangível que os serviços, e quanto mais intangíveis mais distantes ficam do marketing tradicional de bens.

Palavras-chave: Marketing, produto, serviços, tangibilidade.