

PLANO DE ENSINO
MARKETING E COMÉRCIO VAREJISTA
CARGA HORÁRIA: 80 HORAS

EMENTA

Principais ideias acerca de marketing e comércio varejista. Variedades e modalidades do varejo. Estratégias no setor varejista. Elementos essenciais do mix de marketing no varejo. Tendências mundiais no ramo do varejo.

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Compreender os conceitos fundamentais de marketing aplicados ao contexto do comércio varejista. Analisar as estratégias utilizadas no comércio varejista para atrair e manter clients. Identificar os componentes-chave do mix de marketing aplicados ao varejo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO AO MARKETING VAREJISTA

Definição de marketing no varejo.
Importância do marketing para o sucesso do varejo.
Evolução do marketing varejista ao longo do tempo.

VARIEDADES E MODALIDADES DO VAREJO

Tipos de varejo: online, offline, multicanal.
Varejo físico versus varejo virtual.
Especialização e generalização no varejo.

ESTRATÉGIAS NO SETOR VAREJISTA

Estratégias de precificação.
Promoções e descontos no varejo.
Experiência do cliente no varejo.

ELEMENTOS ESSENCIAIS DO MIX DE MARKETING NO VAREJO

Produto: seleção e apresentação no varejo.
Preço: estratégias de precificação.
Praça: distribuição e localização no varejo.
Promoção: comunicação e publicidade no varejo.

TENDÊNCIAS MUNDIAIS NO RAMO DO VAREJO

Digitalização e comércio eletrônico.
Sustentabilidade no varejo.
Inovações tecnológicas no setor varejista.
Mudanças no comportamento do consumidor.

APLICAÇÕES E ESTUDOS DE CASO

Análise de casos de sucesso e insucesso no varejo.
Desenvolvimento de estratégias varejistas baseadas em tendências.
Discussão de desafios contemporâneos no setor varejista.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As aulas à distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

RECURSOS DIDÁTICOS

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

- ✓ Fórum de Discussão Avaliativo: 10%
- ✓ Estudo Dirigido: 10%
- ✓ Avaliação Parcial I: 15%
- ✓ Avaliação Parcial II: 15%
- ✓ Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a Avaliação Suplementar com as seguintes características:

- ✓ Todo o conteúdo da disciplina.
- ✓ Valor: 100 pontos
- ✓ Pré-requisito: Resultado Final ≥ 20 e < 60
- ✓ Regra: $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$
- ✓ Média final para Aprovação: ≥ 60 pontos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BUHAMRA, Cláudia. Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas. Rio de Janeiro: Atlas, 2012. E-book. ISBN 9788522486496. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486496>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

CASAS, Las; LUZZI, Alexandre. Marketing de Nichos. Rio de Janeiro: Atlas, 2015. E-book. ISBN 9788522499953. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522499953>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

MOLA, Jeferson Luis. Varejo. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788547822611. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547822611>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMARGO, Pedro Celso Julião de. Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. E-book. ISBN 9788522476961. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522476961>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

CASAS, Alexandre Luzzi Las. Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa, 6a edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. ISBN 9788522483099. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483099>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

MATTAR, Fauze Najib. Administração de Varejo. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2019. E-book. ISBN 9788595154797. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154797>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

PARENTE, Juracy; LIMEIRA, Tânia M. V.; BARKI, Edgard. Varejo para a Baixa Renda. Porto Alegre: Bookman, 2008. E-book. ISBN 9788577801015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577801015>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

ROCHA, Angela da; FERREIRA, Jorge Brantes; SILVA, Jorge Ferreira da. Administração de marketing: conceitos, estratégias, aplicações. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. E-book. ISBN 9788522479122. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522479122>. Acesso em: 28 de Nov 2023.