



PLANO DE APRENDIZAGEM

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO				
Curso: Bacharelado em Administração				
Disciplina: Marketing de Varejo			Código:	
Professor: Me. Daiany Macieira Varjão			e-mail: Daiany.varjao@faseite.edu.br	
CH Teórica: 60h	CH	Prática:	CH Total: 40h	Créditos: 02
Pré-requisito(s):				
Período: VI			Ano: 2019.1	

2. EMENTA:

O marketing e o marketing aplicado ao varejo. O varejo nos canais de distribuição. As funções do varejo. As estratégias de marketing aplicadas ao varejo. Os estabelecimentos varejistas. A evolução da comercialização em massas e do varejo. Economia de escala no varejo. As tendências e as possibilidades futuras do varejo.

3. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DA DISCIPLINA:

- Capacidade para planejar, elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações, levando em consideração mercado e negócios.
- Capacidade de Praticar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

4. OBJETIVO GERAL DA APRENDIZAGEM:

Oferecer ao corpo discente conhecimentos sobre o Marketing aplicado ao Varejo, mostrando a sua importância dentro da cadeia produtiva e no processo de desenvolvimento econômico no âmbito local, nacional e mundial. Reconhecer as diferenças e as afinidades entre o marketing "convencional" e o marketing de varejo, explorando estratégias e oportunidades de mercado, tanto no âmbito nacional quanto local

5. METODOLOGIA DO TRABALHO:

Estratégias de Ensino:

Aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, palestras presenciais e por meios eletrônicos, seminários. Será utilizado Desenvolvimento de situação do problema e uma visita técnica em empresa têxtil e uma empresa varejista.

Será adotado o modelo de **sala de aula invertida**, de acordo com o próprio ritmo do ambiente educacional e adaptação do acadêmico as metodologias e conteúdo, com resolução de problemas e execução de projetos.

6. CONTEÚDOS:



1ª UNIDADE:

- Definição de Varejo e comparativo com o Mercado Atacadista;
- Tipos de Varejistas: Classificação e formatos;
- Estratégias de posicionamento para o Varejo;
- Desenvolvimento do Varejo no Brasil: Maiores varejistas brasileiros e regionais;
- Internet e Varejo virtual;
- Tendências do Varejo: Marcas Próprias e Produtos Ecologicamente corretos;
- Funções do Administrador Varejista;
- Ciclo de Vida do Varejo;
- Variáveis controláveis e incontroláveis do Marketing Varejista;
- Estratégias de Marketing Aplicadas ao Varejo;
- Estratégias para expansão dos negócios;

2ª Unidade:

- Entendendo o comportamento do consumidor: Tipos de clientes varejistas;
- Estratégias de Vendas no Varejo e Técnicas de Negociação;
- Tipos de localização varejista: métodos de análise;
- Influências ambientais: cores, decoração, som ambiente e etc;
- Níveis e Tipos de Serviços aplicados ao varejo;
- Gestão de Compras e de Estoques;
- Propaganda e Promoção no Varejo.

7. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

ETAPA 01:

I. Marketing de Varejo / seminário: 5,0 (cinco pontos - sem reposição)

Os alunos, em equipes de 4 a 6 componentes, serão levados a desenvolver a partir dos conhecimentos obtidos com a disciplina em questão. Serão avaliados todos os comportamentos da equipe, a criatividade e a correlação com os temas abordados. Será atribuída nota de zero a cinco pontos.

II. Marketing de Varejo / Visita Técnica: 5,0 (cinco pontos - sem reposição)

Os alunos, em dupla serão levados a desenvolver a partir dos conhecimentos obtidos com a disciplina em questão, um relatório da visita técnica, terão que abordar a teoria em sala de aula com prática.. Será atribuída nota de zero a cinco pontos

III. Avaliação Escrita: 10,0 (dez pontos).

Prova escrita abordando todos os conteúdos da ETAPA 1. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

A média do aluno para esta 1ª etapa será o somatório das notas obtidas nas atividades acima descritas, dividido por três, totalizando um valor de 0 a 10 pontos.

ETAPA 02:

I. Desenvolvimento de Produto: 10,0 (dez pontos - sem reposição)

Os alunos, em equipes de 3 a 5 componentes, serão levados a desenvolver a partir dos conhecimentos obtidos com a disciplina em questão, um simulacro do desenvolvimento de uma



empresa com determinado produto voltado para o mercado local. O Produto deverá ser inovador e inédito. Serão avaliados todos os comportamentos da equipe, a criatividade e a correlação com os temas abordados. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

II. Avaliação Escrita: 10,0 (dez pontos)

Prova escrita abordando todos os conteúdos da ETAPA 2. Será atribuída nota de zero a dez pontos.

A média do aluno para esta 2ª etapa será o somatório das notas obtidas nas atividades acima descritas, dividido por dois, totalizando um valor de 0 a 10 pontos.

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES:

- Todas as formas de avaliação acima descritas têm uma data para serem entregues e executadas, previamente publicada e informada ao aluno. Resguardados os casos justificados, os alunos que não cumprirem com tais prazos não terão prorrogação de datas, o que ocasionará anulação para a atividade que deixou de entregar.

- Conforme regime interno da FASETE, o aluno somente poderá repor a nota de prova escrita não realizada, através de 2ª chamada, caso sua ausência seja devidamente justificada e registrada através de requerimento no protocolo da Faculdade no prazo de três dias úteis após a data de realização da mesma. Nesse caso, fará uma prova de igual valor com todo o conteúdo abordado no semestre letivo. O aluno que perder as duas provas escritas já estará automaticamente na FINAL.

8. RECURSOS:

<input checked="" type="checkbox"/> Sala (comum)	<input type="checkbox"/> Sala Configuração Flexível	<input type="checkbox"/> Laboratório(s) - agendar
<input checked="" type="checkbox"/> Práticas em Campo	<input checked="" type="checkbox"/> Kit multimídia	<input type="checkbox"/> Outros (informar)

09. ATENDIMENTO EXTRA CLASSE:

Atendimento virtual através do seguinte endereço eletrônico: daiany.varjao@fasete.edu.br.
Diariamente, mediante agendamento prévio, das 18:00 às 22:00.

10. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing de varejo**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004
PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Centauro, 2000
ETZEL, Michael J. **Marketing**. 11ª ed. São Paulo: Makron Books, 2001

Complementar

ANGELO, Claudio Felisoni. **Varejo competitivo**. São Paulo: Atlas, 1996
AZEVEDO, Paulo Furquim. **Teoria e prática da franchising: estratégia e organização de redes de franquias**. São Paulo: Atlas, 2012.
GARCIA, Janaína Leonardo. **Marketing de serviços e de varejo**. São Paulo: Pearson, 2015. E-book
MIRANDA, Roberto Lira. **Marketing do varejo**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane e ROSENBERG, Mônica. **Administração de**



marketing: a bíblia do marketing. São Paulo: Pearson. 2006

11. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

12. LEITURA COMPLEMENTAR:

13. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

14. APROVAÇÃO:

Aprovado em ____/____/____

Homologado em ____/____/____

COORDENADOR(A)

GERÊNCIA ACADÊMICA

OBS: As datas das avaliações poderão sofrer alterações de acordo com o disciplinado pela secretaria acadêmica da FASETE.



FASETE
FACULDADE SETE DE SETEMBRO
PAULO AFONSO - BA

ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA
Recredenciada pela Portaria / MEC n.º 881/2016 - D.O.U. 15/08/2016
CNPJ: 03.866.544/0001-29 e Inscrição Municipal n.º 005.312-3

AVALIAÇÃO PROCESSUAL I BIMESTRE - 2019	PROF. Ms Daiany	SÉRIE / TURMA:	DISCIPLINA: A. Varejo
---	------------------------	-----------------------	------------------------------

NOME	ATIVIDADES DE SALA - (6,0)			Leitura Prévia – (3,0)		PONTUAL./ ASSIDUI. (1,0)			VALOR (10,0)
	C.C	C.E	C.N	REALIZADA	NÃO REALIZADA	MB	B	R	

LEGENDA:

PONTUALIDADE E ASSIDUIDADE: QUEM CUMPRE SEUS COMPROMISSOS NÃO SÓ COM FREQUENCIA E REGULARIDADE, MAS COM ZELO, COMPROMETIMENTO E DEDICAÇÃO.

C.C = CONHECIMENTO CONSTRUIDO –

MB = MUITO BOM –



FASETE
FACULDADE SETE DE SETEMBRO
PALCO APONSO - BA

C.E = CONHECIMENTO EM CONSTRUÇÃO –
C.N = CONHECIMENTO NÃO CONSTRUÍDO – 0,0

ORGANIZAÇÃO SETE DE SETEMBRO DE CULTURA E ENSINO LTDA
Recredenciada pela Portaria nº 881/2016 - D.O.U. 15/08/2016
CNPJ: 03.866.544/0001-29 | Inscrição Municipal n.º 005.312-3

B = BOM –
R = RUIM –