Plano de Ensino

Período Letivo: 2025A

Curso: 297 - GESTÃO COMERCIAL 1º Semestre

Disciplina: 7423 - ADMINSTRAÇÃO DE VAREJO

Ementa

Evolução e conceitos da Administração de Varejo. Estrutura de Varejo. Canais do varejo. Perspectivas e tendências do varejo.

Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8. ed. , 7. reimpr. , São Paulo : Atlas, 2012.	Minha Biblioteca https://si2.ucdb.br/siid/plano-de-ensino/configurar/35086/2
VIANNA, Adriana Backx Noronha [et al.]; [Edgard Monforte Merlo, organizador]. Administração de varejo com foco em casos brasileiros Rio de Janeiro: LTC, 2011.	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2096-9/cfi/4!/4/4@0.00:55.1
FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona. Administração de Serviços. Operações, estratégia e tecnologia da informação. Trad. Scientific Linguagem. 7ª ed., Porto Alegre: AMGA, 2014.	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553291/cfi/3!/4/4@0.00:62.8

Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
TEIXEIRA, Tarcisio. Comércio eletrônico : conforme o Marco Civil da Internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil. São Paulo : Saraiva, 2015	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502622494/cfi/4!/4/4@0.00:15.3
CASTRO, Luciano Thomé;; NEVES, Marcos Fava; CÔNSOLI, Matheus Alberto. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão 2. ed. ,São Paulo: Atlas, 2018	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016550/cfi/6/10!/4/8/4@0:0
MOLA,Jeferson Luis; ROCHA, Marcos (ORG). Varejo. 1.ed., São Paulo: Saraiva Educação, 2018.	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547822611/cfi/4!/4/4@0.00:0.00
GELMAN, Jacob Jacques;PARENTE, Juracy. Varejo Socialmente Responsável. São Paulo: Artmed Editora S.A, 2008.	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577801794/cfi/2!/4/4@0.00:21.3
ROCHA, Marcos Donizete Aparecido; SOUZA, José Meireles de. Canais de Distribuição e Geomarketing. 1.ed., São Paulo: Saraiva, 2017	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547215835/cfi/0!/4/4@0.00:16.9

Objetivos

Incorporar conhecimentos sobre os pontos fundamentais e os preceitos teóricos que embasam o Administração de Varejo e seus respectivos elementos

UCDB Universidade Católica Dom Bosco
Instituição Salesiana de Educação Superior

Conteúdo Programático

1 CONCEPÇÕES BÁSICAS E VISÃO GERAL SOBRE ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO
11 Conceito de varejo como elo final do canal de distribuição
12 Objetivos do varejo e o composto do varejo
13 Visão sistêmica da administração de varejo e seus componentes
14 Panorama atual do Varejo
15 Principais tipos e formatos de lojas de varejo
2 COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR, COMPRADOR OU SHOPPER E A GESTÃO DE CATEGORIAS
21 Ciclo do comportamento de compra do consumidor ou shopper
22 Shopper marketing voltado ao shopper
23 As influências na decisão
24 Gerenciamento por categorias
3 GESTÃO DE COMPRAS E LOGÍSTICA NO VAREJO
31 Ciclo de abastecimento
32 Modelo de compra organizacional
33 Fatores que influenciam o processo de compra no varejo
34 Sistema de suprimento de mercadorias no varejo

Instrumentos e Critérios de Avaliação

Critérios para composição da Média Semestral:

Para compor a Média Semestral da disciplina, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, as notas alcançadas nas diferentes atividades virtuais e na prova, da seguinte forma: Somatória das notas recebidas nas atividades virtuais, somada à nota da prova, dividido por 2.

Média Semestral: Somatória (Atividades Virtuais) + Nota da Prova / 2

Assim, se um aluno tirar 7 nas atividades e tiver 5 na prova: MS = 7 + 5 / 2 = 6

Atenção: o aluno pode conseguir um ponto adicional (Engajamento) na nota das atividades virtuais. Para ganhar o ponto do engajamento, o estudante terá que percorrer todo o material didático da disciplina (material textual e assistir a todos os vídeos), fazer todos os Exercícios e enviar todas as atividades. Antes do lançamento desta nota final, será divulgada a média de cada aluno, dando a oportunidade de que os alunos que não tenham atingido média igual ou superior a 7,0 possam fazer a Recuperação das Atividades Virtuais.

Se a Média Semestral for igual ou superior a 4,0 e inferior a 7,0, o aluno ainda poderá fazer o Exame Final. A média entre a nota do Exame Final e a Média Semestral deverá ser igual ou superior a 5,0 para considerar o aluno aprovado na disciplina.

Assim, se um aluno tirar 6 na Média Semestral e tiver 5 no Exame Final: MF = 6 + 5 / 2 = 5,5 (Aprovado)