

Plano de Ensino

Período Letivo: 2025B

Curso: 297 - GESTÃO COMERCIAL

1º Semestre

Disciplina: 7423 - ADMINISTRAÇÃO 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

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 de Avaliação

A avaliação tem carácter diagnóstico e processual, com vistas à melhoria constante do processo de ensino e aprendizagem, levando-se em conta os resultados obtidos pelos estudantes em diferentes momentos e com instrumentos de avaliação diversos, não se limitando à realização de provas. Para compor a Média Semestral das disciplinas, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação som

Critérios para composição da Média Semestral:

A avaliação tem carácter diagnóstico e processual, com vistas à melhoria constante do processo de ensino e aprendizagem, levando-se em conta os resultados obtidos pelos estudantes em diferentes momentos e com instrumentos de avaliação diversos, não se limitando à realização de provas.

Para compor a Média Semestral das disciplinas, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, o engajamento do aluno ao longo da disciplina, a nota alcançada na atividade virtual e na prova, da seguinte forma:

Engajamento = 25%
- Entrada na Unidade de Aprendizagem - 10%
- Clique em todos os itens da Unidade de Aprendizagem - 15%
- Entrega do Desafio - 50%
- Entrega do Exercício - 25% (*5 por questão realizada)
Atividades virtuais = 25%
Prova = 50%

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.