

Plano de Ensino

Período Letivo: 2024B

Grupo: T01 - NÚCLEO EAD

Disciplina: 6433 - MARKETING DE SERVIÇOS E VAREJO

Ementa

Concepção de serviços e varejo. Marketing de serviços e Varejo. Composto de marketing aplicado a serviços e varejo. Modelos de serviços. Perspectiva e tendências do varejo

Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
LAS CASAS, ALEXANDRE LUZZI. MARKETING DE SERVIÇOS COMO CRIAR VALORES E EXPERIÊNCIAS POSITIVAS AOS CLIENTES. 7. RIO DE JANEIRO 2019	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022087
LAS CASAS, ALEXANDRE LUZZI. MARKETING DE VAREJO . 5. SÃO PAULO 2013	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522478804
KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.	-

Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
ADMINISTRAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS. PORTO ALEGRE 2016	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788569726630
WIRTZ, JOCHEN. MARKETING DE SERVIÇOS PESSOAS, TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA. 8. SÃO PAULO 2020	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571441231
YANAZE, Mitsuru Higuchi.; ALMEIDA, Edgar; YANAZE, Leandro Key Higuchi. (Orgs.). Marketing digital: conceitos e práticas. São Paulo: SaraivaUni, 2022.	https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571441408/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover.xhtml]!/4/2[cover]/2%4031:77
LEE, Nancy R.; KOTLER, Philip. Marketing social. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.	https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440319/pageid/0
LIMA, Gustavo Barbieri. Marketing internacional: teoria e casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2015.	https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522495290/pageid/0

Objetivos

Objetivo geral

Aprimorar conhecimentos sobre os principais conceitos e práticas de marketing de serviços e varejo, visando a capacitação do aluno para a tomada de decisões estratégicas e táticas em serviços e varejo e na utilização de metodologias de planejamento de marketing.

Objetivos específicos

- a) Apresentar as principais definições de serviços, o mix de serviços e os tipos de serviços; será ainda objeto de estudo as definições de marketing e marketing de serviços de forma integrada;
- b) Discutir as diferenças básicas entre bens e serviços e a complexidade do marketing direcionado ao mercado de serviços;
- c) Discutir o composto de marketing, os 4ps aplicados aos serviços e a necessidade de acrescentar mais 3ps que enfocam o gerenciamento da interface entre clientes;
- d) Apresentar os modelos servuction, que cria a experiência de serviço, e servqual, ferramenta importante na avaliação de qualidade de serviços;
- e) Desenvolver conhecimentos para se ter uma visão geral sobre marketing de varejo;
- f) Desenvolver conhecimentos para se ter uma visão geral sobre o mix de marketing varejista;
- g) Conhecer as principais perspectivas e tendências do varejo.

Conteúdo Programático

1 CONCEPÇÃO SOBRE SERVIÇOS, MARKETING DE SERVIÇOS, MIX E TIPOS DE SERVIÇOS

1.1 Conceitos Básicos

2 MARKETING DE BENS E SERVIÇOS

2.1 Intangibilidade

2.2 Inseparabilidade

2.3 Heterogeneidade

2.4 Percibilidade

3 O TRADICIONAL COMPOSTO DE MARKETING APLICADO AOS SERVIÇOS

3.1 Elementos do produto

3.2 Lugar (praça) e hora

3.3 Preço e outros desembolsos do usuário

3.4 Promoção e educação

3.5 Processo

3.6 Ambiente físico

3.7 Pessoas

4 MODELOS SERVUCTION E SERVQUAL

4.1 O modelo Servuction

4.2 Medindo a qualidade do serviço: Servqual

5 CONCEITOS BÁSICOS E VISÃO GERAL SOBRE MARKETING DE VAREJO

5.1 Conceitos de marketing de varejo

5.2 Visão geral de varejo

6 MIX DE MARKETING VAREJISTA

6.1 Preço

6.2 Pessoal

6.3 Produtos

6.4 Ponto

6.5 Promoção

6.6 Apresentação

7 PERSPECTIVAS E TENDÊNCIAS DO VAREJO

Instrumentos e Critérios de Avaliação

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).