

## Plano de Ensino

**Período Letivo:** 2023A

**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. <b>MARKETING DE VAREJO</b> . 5. SÃO PAULO 2013	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522478804">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522478804</a>
ORGANIZADORA JANAINA LEONARDO GARCIA. <b>MARKETING DE SERVIÇOS E DE VAREJO</b> . EDITORA PEARSON, 2015. 156 P. ISBN 9788543012070.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788543012070">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788543012070</a>
LAS CASAS, ALEXANDRE LUZZI. <b>MARKETING DE SERVIÇOS COMO CRIAR VALORES E EXPERIÊNCIAS POSITIVAS AOS CLIENTES</b> . 7. RIO DE JANEIRO 2019	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022087">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022087</a>

### Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
WIRTZ, JOCHEN. <b>MARKETING DE SERVIÇOS</b> PESSOAS, TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA. 8. SÃO PAULO 2020	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571441231">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571441231</a>
PHILIP KOTLER; SÔNIA MIDORI YAMAMOTO; KEVIN LANE KELLER. <b>ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING</b> . EDITORA PEARSON, 2019. 874 P. ISBN 9788543024950.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788543024950">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788543024950</a>
ADMINISTRAÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS. PORTO ALEGRE 2016	Minha Biblioteca <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788569726630">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788569726630</a>
CLAUDIA OSNA GEBER. <b>VAREJO DIGITAL</b> . CONTENTUS, 2020. 112 P. ISBN 9786557453056.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557453056">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9786557453056</a>
HILLMANN, RICARDO. <b>ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS, VAREJO E SERVIÇOS</b> . EDITORA INTERSABERES, 2013. 156 P. ISBN 9788582127209.	Biblioteca Universitária <a href="https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788582127209">https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788582127209</a>

### 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).