

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. 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 |
| ORGANIZADORA JANAINA LEONARDO GARCIA. MARKETING DE SERVIÇOS E DE VAREJO . EDITORA PEARSON, 2015. 156 P. ISBN 9788543012070. | Biblioteca Universitária https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/ucdb/9788543012070 |

Bibliografia Complementar

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

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).