

FABEL - FACULDADE DE BELÉM
CURSOS TECNOLÓGICOS

Disciplina: MARKETING DE VAREJO

OBJETIVO: A disciplina Marketing de Varejo tem o objetivo de capacitar os futuros profissionais, a compreender a importância do varejo. Empregar métodos e técnicas varejistas englobados no contexto atual da realidade no Brasil e no mundo. Atuar na atividade varejista, sob a ótica do Marketing, bem como das principais tendências de consumo.

EMENTA: Estratégias de marketing no setor de varejo e as ferramentas para a tomada de decisão. Características específicas do marketing de varejo. Principais ferramentas e técnicas para a gestão do marketing de varejo. O processo de gestão integrada de marketing de varejo. Tendências em gestão de marketing de varejo.

PROGRAMA:

UNIDADE I: Introdução ao varejo:

- 1.1 Conceituação e evolução do sistema varejista;
- 1.2 Tipos de varejo;
- 1.3 Classificação Varejista;
- 1.4 Formatos Varejistas;
- 1.5 Canais de Marketing.

UNIDADE II: Estratégias de posicionamento para o Varejo:

- 2.1 Estratégias de marketing no setor de varejo e as ferramentas para a tomada de decisão;
- 2.2 Características específicas do marketing de varejo
- 2.3 Principais ferramentas e técnicas para a gestão do marketing de varejo.
- 2.4 O processo de gestão integrada de marketing de varejo.

UNIDADE III: Tendências do varejo no Brasil e no mundo

Bibliografia Básica:

ABEMD. *Marketing Direto no Varejo*. São Paulo: Makron, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing de Varejo*. São Paulo: Atlas, 2004.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. *Administração de Varejo*. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

ANGELO, C.F.; SILVEIRA, J. A. G. *Marketing de Relacionamento no Varejo*. São Paulo: Saint Paul, 2004.

ANGELO, C.F.; SILVEIRA, J.A.G. *Varejo Competitivo*. São Paulo: Saint Paul, 2004.

PARENTE, Juracy. *Varejo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2000.