

# ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS

DisciplinalID - 101702

## Descrição da disciplina e código do produto

ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS - (ID 61197)

## Ementa

Marketing de produtos e serviços (importância, princípios e escopo do marketing, a importância de gerar valor, concorrência). Tipos de varejo (possibilidades tradicionais, alternativas e as crescentes opções de comércio virtuais). Concepções de serviços (natureza, categorias e características dos serviços, importância dos serviços na economia). Estratégias de marketing de varejo e serviço (posicionamento e diferenciação, qualidade, satisfação e lealdade de marca). Tendências de mercado de pós-venda (atendimento ao cliente, relacionamento e programas de fidelidade).

## Conteúdo programático

1.

Gestão estratégica dos negócios no varejo e nos serviços

2.

Mercados, formatos e modelos de varejo

3.

Concepções de serviços

4.

Estratégias de marketing para varejo e serviço

5.

Tendências de mercado de pós-venda

## Bibliografia básica

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

BERNADINO, E. C. Marketing de varejo. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

BERKHOUT, C. A Bíblia do varejo: estratégias de marketing e vendas para sobreviver à revolução no varejo e prosperar. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2020.

CARVALHO, M. M, PALADINI et al. (org.). Gestão de serviços: casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

DART, M. LEWIS, R. As novas regras do varejo. :Competindo no mercado mais difícil e desafiador do mundo. Tradução Sonia Strong. São Paulo: Figurati, 2014.

LINDSTROM, M. A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. São Paulo: Harper Colins. 2018.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J.; HEMZO, M. A. Marketing de serviços: pessoas, tecnologias, resultados. 7. ed. São Paulo: Pearson do Brasil, 2011.