

ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS

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).

Plano de Aula

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

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.