

FICHA DE DISCIPLINA

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS DE MARKETING 2		Departamento: Administração
Período/ Ano 8º.	Curso : ADMINISTRAÇÃO	
Código: CAA 94	Carga Horária Semestral / Anual: Teórica [30] Prática [---] Total [30] Créditos [02]	Do Currículo Mínimo () () Obrigatória () Complementar () Optativa
Pré-Requisitos		Co-Requisitos: -
Objetivo da Disciplina: Propiciar o conhecimento dos principais conceitos de marketing e a habilidade da tomada de decisões estratégicas e táticas em varejo. Ter contato com a realidade do Setor varejista na região; Habilitar-se a tomar decisões sobre uma gama de aspectos de Administração Varejista.		
Ementa do Programa: <ul style="list-style-type: none">• O papel e as funções do varejo na distribuição física• O varejo no canal de distribuição : conflitos verticais• Tipos de varejo: conflitos inter-tipo• Tipos de varejo: a roda do varejo e os conflitos intra-tipo• A Loja como produto e o composto mercadológico• Localização Varejista		
Bibliografia Básica: DAVIS, Diane L., DUILTIMAN, Joseph P., JONES, Wesley H. Service. Characteristics, Consumer Search and Classification of Retail Service. Journal Retailing, V. 55 N.03 (fall), 1979. RIBEIRO, Aurea H.P. <u>Conveniência no Varejo de Produtos Alimentícios</u> . Estudo exploratório. Dissert. Mestrado FGV, 1994		
_____ / _____ / _____		_____ / _____ / _____
_____ Coordenador do Curso		_____ Diretor de Centro

- 1- Conceito de Varejo
 - 1.1- A classificação de produtos e a estratégia varejista
- 2- Alternativas estratégicas no varejo
 - 2.1- As variáveis relevantes para a classificação de Instituições Varejistas
 - 2.2- A definição da estratégia varejista- em busca de vantagem competitiva
- 3- Conflitos Horizontais
 - 3.1- Intertipos e Intratipos
- 4- Teorias de evolução varejista
 - 4.1- Tendências no varejo
- 5- Cooperação e Conflito no canal de distribuição
- 6- Determinação do Mix de Produto
 - 6-1- Cálculo de LDP (Lucro Direto do Produto)
 - 6-2- Planejamento de Espaço
- 7- Sistemas de Suporte à Decisão no Varejo- Aplicações
- 8- Precificação no Varejo
- 9- Estratégias Promocionais Lucrativas
 - 9.1- Promoções de Preço e a performance da loja
- 10- Decisões de Localização
- 11- Composto Promocional
 - 11.1- Promoção e Merchandising: a percepção do Consumidor sobre as atividades promocionais
- 12- Serviço no Varejo