

## **MBA Executivo - Gestão do Varejo e Vendas**

### **Proposta do curso:**

O curso de MBA Executivo em Gestão do Varejo e Vendas possibilita ao participante conhecer a respeito dos processos envolvidos na gestão de varejo e vendas, com fundamento em marketing, negociação e gestão dos canais de distribuição.

### **Objetivo do curso:**

Capacitar o participante a desempenhar as atividades envolvidas na gestão de varejo e vendas.

### **Público-alvo:**

O curso de MBA Executivo em Gestão do Varejo e Vendas é direcionado a profissionais graduados que buscam a capacitação e o aprimoramento em varejo e vendas.

### **Unidades/módulos:**

3 módulos.

### **Duração:**

12 ou 18 meses.

MBA em Gestão do Varejo e Vendas tem duração de 12 meses e carga horária de 403 horas. Possui 15 disciplinas obrigatórias divididas em 3 módulos, abordando os temas mais relevantes relacionados à gestão do varejo e vendas.

### **Área de conhecimento:**

Ciências Sociais Aplicadas.

### **Composição do material didático:**

Aluno: 1 livro por disciplina

DVDs com as videoaulas

## MATRIZ CURRICULAR

<b>Módulo</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Aulas</b>	<b>CH</b>
1	Gestão Empresarial	15	37
	Economia	12	30
	Comunicação Empresarial	12	30
	Marketing: Fundamentos e Processos	10	25
	Metodologia do Trabalho Científico	8	20
2	Análise de Mercado	10	25
	Gestão Estratégica de Estoques e Demanda	12	30
	Gestão de Armazenamento e Embalagem	5	12
	Gestão dos Canais de Distribuição	12	30
	Gerenciamento de Marcas e Produtos	10	25
3	Gerenciamento do Atacado e Varejo	10	25
	Gestão Estratégica de Armazenagem	12	30
	Publicidade e Propaganda	5	12
	Negociação Estratégica	12	30
	Estratégia de Marketing	5	12
Trabalho de Conclusão de Curso		-	30
<b>TOTAL</b>			<b>403</b>

## TITULAÇÃO DOS PROFESSORES

Módulo	Disciplinas	Aulas	Professor Livro	Titulação	Professor Videoaula	Titulação
1	Gestão Empresarial	15	Mauro Côrte Real	Mestre	Mauro Côrte Real	Mestre
	Economia	12	Otto Nogami	Doutor	Otto Nogami	Doutor
	Comunicação Empresarial	12	Luiz Roberto Dias de Melo	Mestre	Luiz Roberto Dias de Melo	Mestre
	Marketing: Fundamentos e Processos	10	Juarez Tadeu de Paula Xavier	Doutor	Juarez Tadeu de Paula Xavier	Doutor
	Metodologia do Trabalho Científico	8	Regina Célia Veiga da Fonseca	Mestre	Regina Célia Veiga da Fonseca	Mestre
2	Análise de Mercado	10	Marcos Morita	Mestre	Marcos Morita	Mestre
	Gestão Estratégica de Estoques e Demanda	12	Alessandra de Ávila Montini Mauri Aparecido de Oliveira José Roberto Fornazza	Doutora Doutor Bacharel	Alessandra de Ávila Montini José Roberto Fornazza	Doutora Bacharel
	Gestão de Armazenamento e Embalagem	5	Neimar Follmann	Mestre	Neimar Follmann	Mestre
	Gestão dos Canais de Distribuição	12	Marcos Roberto Carvalho	Mestre	Marcos Roberto Carvalho	Mestre
	Gerenciamento de Marcas e Produtos	10	Francisco Antônio Serralvo	Pós-doutor	Francisco Antônio Serralvo	Pós-doutor
3	Gerenciamento do Atacado e Varejo	10	Márcio Roberto Camarotto	Doutorando	Márcio Roberto Camarotto	Doutorando
	Gestão Estratégica de Armazenagem	12	Irineu de Brito Junior Washington Spejorim	Mestre Mestre	Irineu de Brito Junior Washington Spejorim	Mestre Mestre
	Publicidade e Propaganda	5	Márcio Carbaça Gonçalves	Bacharel	Márcio Carbaça Gonçalves	Bacharel
	Negociação Estratégica	12	Carlos Pessoa	Bacharel	Carlos Pessoa	Bacharel
	Estratégia de Marketing	5	Márcio Roberto Camarotto	Doutor	Márcio Roberto Camarotto	Doutor

## EMENTAS

### **Gestão Empresarial**

Conceito de gestão e concepção de valor. Empreendedorismo e organizações que aprendem. Obter, gerir informações e comunicar. Planejar. Organizar. Liderar e dirigir – tomada de decisão. Controlar. Mudar e inovar. Análise ambiental e interna – SWOT. Estratégia e planejamento estratégico. Análise de desempenho – BSC. Marketing. Pessoas e recursos. Produção e serviços. Contextualização da gestão no milênio.

### **Economia**

Teoria do Consumidor; Maximização de Utilidade e Demanda; Maximização de Lucro e Teoria da Oferta; Funcionamento de Mercados sob Assimetria de Informação; Principais Variáveis Macroeconômicas; Balanço de Pagamentos - Conta Corrente e Capital; Contas Públicas; Inflação; Regimes Cambiais; Economia Brasileira - Análise dos últimos anos (ênfase nos planos e conjuntura atual).

### **Comunicação Empresarial**

Comunicação Empresarial na Sociedade da Informação; Fundamentos da Comunicação Interpessoal; Linguagem Corporal; Timidez; Estilos; Apresentação Individual; Excelência em Improviso; Preparação de Recursos; Palestra de Negócios; Comunicação Empresarial e Ética.

### **Marketing: Fundamentos e Processos**

Estudo dos conceitos gerais de marketing; Análise do planejamento estratégico voltado para o mercado; análise e definição de mercado de atuação, sistema de informação de marketing e segmentação e o composto mercadológico; Planejamento e desenvolvimento da comunicação integrada do marketing.

### **Metodologia do Trabalho Científico**

Processo de Pesquisa; Elaboração do projeto de Pesquisa; Métodos Quantitativos e Qualitativos; Formulação de Hipóteses; Variáveis; Plano de Pesquisa; Instrumentos de Coleta de Dados; Formas de Coleta, Normas da ABNT, Relatório de Pesquisa; Redação da Monografia.

## **Análise de Mercado**

Transmitir conhecimentos teóricos e práticos sobre os procedimentos de Pesquisa de Marketing e Análise de Mercado e o uso de técnicas Estatísticas na Análise dos Resultados. tipos de mercado, segmentação de mercado

## **Gestão Estratégica de Estoques e Demanda**

Conceitos básicos de previsão da demanda; Métodos de previsão qualitativa, quantitativa, histórica e métodos causais; Processo de gestão das previsões; Benefícios e considerações gerais sobre previsão da demanda; Sistemas de planejamento avançado - APS Erros comuns de previsão; Introdução e conceitos fundamentais em estoques Natureza das previsões de estoques: espacial, temporal, irregular, regular, dependente e independente; Decisões sobre políticas de estoques: empurrados versus puxados. Forrester Effect; Classificação de estoques. Estoques de segurança. Custos de estocagem; Decisões de reposição (quando e quanto pedir): Just-In-Time, MRP etc.

## **Gestão de Armazenamento e Embalagem**

Aspectos introdutórios da armazenagem: mercado, disponibilidade de produtos e custos logísticos; Conceitos: armazém, centro de distribuição, almoxarifado, depósito e armazenagem; Características e classificação dos armazéns. As funções da armazenagem: Recebimento; Pré-embalagem; Espera; Estocagem; Separação do pedido; Embalagem/etiquetagem; Seleção; Embalagem final e expedição, Cross-docking e Funções de apoio. Movimentação de produtos; Equipamentos de movimentação: empilhadeiras, transpaletes, macacos hidráulicos, sistemas automatizados; Unitização. Acondicionamento dos produtos; Leiate: tipos, fluxo dos materiais; Endereçamento; Stock Keeping Unit (SKU); Unitização: paletes, racks, gaiolas, estruturas porta-paletes, bags; Dimensionamento de armazéns. Embalagem: Conceitos; Função da embalagem; Tipos de embalagens; O custo da embalagem e a relação com o transporte.

## **Gestão dos Canais de Distribuição**

Alinhamento Estratégico entre Marketing e Logística; Canais de Marketing e as Operações de Distribuição; Armazenamento Eficiente e Gestão de Transportes; Logística e Supply Chain; Gerenciamento de Custos, Prazos e E-Business.

### **Gerenciamento de Marcas e Produtos**

A Gerência de Marcas no contexto da organização de Marketing; Fundamentos do conceito de marcas; Histórico da utilização de marcas; O Marketing de experiência; A inovação em produtos ;Etapas para lançamento de novos produtos ;O ciclo de vida do produto ;Estratégia para o ciclo de vida dos produtos; Análise do *portfólio* de produtos.

### **Gerenciamento do Atacado e Varejo**

Evolução e formatos do atacado e varejo. Especificidades da gestão de atacado e varejo. Análise dos mercados de atacado e varejo. O varejo, suas principais formas e classificação, Estratégias varejista e atacadista, Formação de preços no varejo (estratégias e implicações), Gestão de marca e imagem no varejo.

### **Gestão Estratégica de Armazenagem**

Introdução e conceitos fundamentais de armazenagem, movimentação;Localização geográfica de armazéns e CDs; Dimensionamento e configuração das instalações; Capacidade dos depósitos e lay-out do espaço físico; Projeto de docas. Localização e endereçamento dos lotes e skus; Sistemas de manuseio de materiais e separação de pedidos; Escolha, manutenção e substituição de equipamentos de movimentação; Sistemas de gestão da armazenagem; Softwares de controle de armazéns – WMS; Embalagens logísticas: proteção do produto na movimentação e armazenagem; Custeio do depósito e dos equipamentos; Proteção, segurança e manutenção de armazéns e depósitos.

### **Publicidade e Propaganda**

Fundamentos e conceitos de publicidade e propaganda; Procedimentos para elaborar um resumo descritivo de uma empresa, suas necessidades de comunicação, objetivo e tipos de uma campanha publicitária, análise do perfil de consumidor, concorrentes e outras importantes informações para o desenvolvimento de uma comunicação publicitária (*briefing*); Tipos de veículos de comunicação, sua importância e forma de relacionamento com o consumidor.

### **Negociação Estratégica**

Comunicação Interpessoal; barreiras à Comunicação; Trabalhando os aspectos Emocionais nas Negociações; Estilos de Negociação; Percepção; Assertividade Aplicada à Negociação; Etapas do Processo de Negociação; Negociação Simulada.

### **Estratégia de Marketing**

Fundamentos e práticas de ações e estratégias de marketing. Segmentação e posicionamento estratégico de mercado. Mapeamento da competitividade e planejamento de marketing.