

**Marketing e Comércio Varejista / Período: 4**

Professor: Marquione Gomes da Silva (Especialista)

CH: 80h

**Ementa:**

Principais ideias acerca de marketing e comércio varejista. Variedades e modalidades do varejo. Estratégias no setor varejista. Elementos essenciais do mix de marketing no varejo. Tendências mundiais no ramo do varejo.

**Habilidades:**

Compreender os conceitos fundamentais de marketing aplicados ao contexto do comércio varejista. Analisar as estratégias utilizadas no comércio varejista para atrair e manter clientes. Identificar os componentes-chave do mix de marketing aplicados ao varejo.

**Metodologia:**

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

**Recursos Didáticos:**

Livro didático;  
Vídeo aula;  
Fóruns;  
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);  
Experimentos em laboratório virtual;  
Biblioteca virtual;  
Atividades em campo.

**Conteúdo Programático:**

**INTRODUÇÃO AO MARKETING VAREJISTA**

Definição de marketing no varejo.  
Importância do marketing para o sucesso do varejo.  
Evolução do marketing varejista ao longo do tempo.

**VARIEDADES E MODALIDADES DO VAREJO**

Tipos de varejo: online, offline, multicanal.  
Varejo físico versus varejo virtual.  
Especialização e generalização no varejo.

**ESTRATÉGIAS NO SETOR VAREJISTA**

Estratégias de precificação.  
Promoções e descontos no varejo.  
Experiência do cliente no varejo.

**ELEMENTOS ESSENCIAIS DO MIX DE MARKETING NO VAREJO**

Produto: seleção e apresentação no varejo.  
Preço: estratégias de precificação.  
Praça: distribuição e localização no varejo.  
Promoção: comunicação e publicidade no varejo.

**TENDÊNCIAS MUNDIAIS NO RAMO DO VAREJO**

Digitalização e comércio eletrônico.  
Sustentabilidade no varejo.  
Inovações tecnológicas no setor varejista.  
Mudanças no comportamento do consumidor.

**APLICAÇÕES E ESTUDOS DE CASO**

Análise de casos de sucesso e insucesso no varejo.  
Desenvolvimento de estratégias varejistas baseadas em tendências.  
Discussão de desafios contemporâneos no setor varejista.

**Sistema de Avaliação:**

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final  $\geq 20$  e  $< 60$

Regra:  $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$

Média final para Aprovação:  $\geq 60$  pontos

**Bibliografia Principal:**

BUHAMRA, Cláudia. Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas. Rio de Janeiro: Atlas, 2012. E-book. ISBN 9788522486496. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486496>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

CASAS, Las; LUZZI, Alexandre. Marketing de Nichos. Rio de Janeiro: Atlas, 2015. E-book. ISBN 9788522499953. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522499953>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

MOLA, Jeferson Luis. Varejo. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788547822611. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547822611>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

**Bibliografia Complementar:**

CAMARGO, Pedro Celso Julião de. Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. E-book. ISBN 9788522476961. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522476961>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

CASAS, Alexandre Luzzi Las. Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa, 6a edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. ISBN 9788522483099. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483099>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

MATTAR, Fauze Najib. Administração de Varejo. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2019. E-book. ISBN 9788595154797. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154797>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

PARENTE, Juracy; LIMEIRA, Tânia M. V.; BARKI, Edgard. Varejo para a Baixa Renda. Porto Alegre: Bookman, 2008. E-book. ISBN 9788577801015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577801015>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

ROCHA, Angela da; FERREIRA, Jorge Brantes; SILVA, Jorge Ferreira da. Administração de marketing: conceitos, estratégias, aplicações. Rio de Janeiro: Atlas, 2013. E-book. ISBN 9788522479122. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522479122>. Acesso em: 28 de Nov 2023.

Por ser verdade, firmo o presente documento.  
Ipatinga/MG - 03 de Julho de 2025



---

**Thyciane Alvieira Gonçalves Freitas**  
Secretária Acadêmica