



---

## PROJETO DE ENSINO - 2024.1

Disciplina G755 - TENDÊNCIAS NO VAREJO

### 1. EMENTA

Gestão da inovação no varejo. Experiência e engajamento do cliente. Tecnologias no processo de compras. Sustentabilidade no varejo.

### 2. PROGRAMA

#### **UNIDADE I - Gestão da inovação no varejo. (16 h/a)**

OBJETIVO: Explicar os fundamentos da inovação no varejo.

OBJETIVO: Mapear estratégias inovadoras no varejo.

OBJETIVO: Ser promotor do desenvolvimento da cultura de inovação.

01.01 - Fundamentos da inovação no varejo;

01.02 - Modelos de negócios inovadores;

01.03 - Inovações no ponto de venda;

01.04 - Liderança e cultura de inovação.

#### **UNIDADE II - Experiência e engajamento do cliente. (18 h/a)**

OBJETIVO: Descrever técnicas de storytelling e personalização da experiência do cliente no varejo.

OBJETIVO: Analisar estratégias baseadas em dados para fidelização;

OBJETIVO: Ser criterioso na análise de feedback do cliente como ferramenta de engajamento.

02.01 - Storytelling no varejo;

02.02 - Personalização e relacionamento;

02.03 - Estratégias de fidelização baseadas em dados;

02.04 - Mensuração de engajamento e satisfação.

#### **UNIDADE III - Tecnologias no processo de compras. (18 h/a)**

OBJETIVO: Explicar as novas tecnologias no processo de compras.

OBJETIVO: Selecionar soluções tecnológicas adequadas ao processo de compras do varejo.

OBJETIVO: Ser cuidadoso na adoção de tecnologias inovadoras no varejo com respeito aos princípios éticos e legais, especialmente quanto ao manuseio de dados e informações financeiras.

03.01 - Tecnologias no varejo;

03.02 - Assistentes virtuais;

03.03 - Realidade virtual e realidade aumentada;

03.04 - Pagamentos digitais e segurança.

#### **UNIDADE IV - Sustentabilidade no varejo. (20 h/a)**

OBJETIVO: Identificar práticas sustentáveis no varejo.

---

O Projeto de Ensino somente terá validade para fins legais quando autenticado.

A carga horária do crédito até o semestre 2007.2 equivale a 15 h.

A partir do semestre 2008.1 a 18 h.

OBJETIVO: Elaborar mecanismos para mensuração e comunicação de práticas sustentáveis.

OBJETIVO: Ser crítico quanto ao consumo de produtos e serviços bem como os impactos sociais e ambientais do varejo.

04.01 - Consumo consciente;

04.02 - Produtos ecológicos;

04.03 - Práticas sustentáveis no varejo;

04.04 - Mensuração e comunicação de práticas sustentáveis.

### 3. ELABORADORES

Profa. Ana Rita Pinheiro de Freitas.

Prof. Josimar Souza Costa.

Profa. Milena Reis Auip Barbosa.

### 4. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Caracteriza-se como Componente Curricular EAD (CCEAD), de natureza teórica, integrante da matriz curricular de curso de Graduação ofertado na modalidade de Educação a Distância (EaD), regido pela Resolução CEPE N° 44, de 15 de dezembro de 2022, no qual o rendimento acadêmico é aferido por Nota Final (NF) única correspondente à média ponderada entre duas categorias avaliativas: Atividades Processuais (AProc), com peso de 40% (quarenta por cento) e pelo menos uma Atividade Presencial (APres), com peso de 60% (sessenta por cento), sendo a NF única mínima para aprovação 5,0 (cinco vírgula zero), com possibilidade de recuperação exclusivamente na dimensão teórica, mediante a realização de Avaliação Substitutiva (AS), de acordo com critérios definidos no normativo.

### 5. BIBLIOGRAFIA

#### Bibliografia Básica

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de varejo. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522478804>. (DIGITAL) (Cód.:1315)

MATTAR, Fauze Najib. Administração de varejo. 2. ed. São Paulo: Elsevier / GEN Atlas, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788595154797>. (DIGITAL) (Cód.:30143)

MERLO, Edgard Monforte. Administração de varejo com foco em casos brasileiros. Rio de Janeiro: LTC, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/978-85-216-2096-9>. (DIGITAL) (Cód.:491)

ZAMBERLAN, Luciano ; SPAREMBERGER, Ariosto. Gestão de varejo: estratégias e comportamento do consumidor. Ijuí: Unijuí, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788541903042>. (DIGITAL) (Cód.:30471)

\_Periódico\_1: BENCHMARKING (BRADFORD). Bingley: Emerald publishing, 1999-ISSN: 1463-5771. Bimestral. Classificação Qualis A1 na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, quadriênio 2013-2016. Disponível em: <https://www-emeraldinsight-com.ez151.periodicos.capes.gov.br/loi/bij>> (Cód.:999999)

\_Periódico\_2: REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS. São Paulo: Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado, 2004 -. Trimestral . ISSN: 1983-0807. Disponível em:<<https://rbgn.fecap.br/RBGN/index>>. Possui Qualis A2 na área de Administração Pública e de empresas, quadriênio 2001-2016. Portal de Periódicos Capes, Categoria Periódicos Nacionais. (Cód.:999999)

#### Bibliografia Complementar

---

O Projeto de Ensino somente terá validade para fins legais quando autenticado.

A carga horária do crédito até o semestre 2007.2 equivale a 15 h.

A partir do semestre 2008.1 a 18 h.

## 5. BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Complementar
---------------------------

PARENTE, Juracy ; BARKI, Edgard ; LIMEIRA, Tânia M. V.. Varejo para a baixa renda. Porto Alegre: Bookman, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788577801015>. (DIGITAL) (Cód.:6944)

PARENTE, Juracy (coordenação ) ; GELMAN, Jacob J. (coordenação ). Varejo socialmente responsável. Porto Alegre: Bookman, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788577801794>. (DIGITAL) (Cód.:6945)

PARENTE, Juracy ; BARKI, Edgard. Varejo no Brasil: gestão e estratégia. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786559773374>. (DIGITAL) (Cód.:36170)

ROMERO, Cláudia Buhamra Abreu . Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522486496>. (DIGITAL) (Cód.:5600)

ZAMBERLAN, Luciano et al ; ZAMBERLAN, Luciano ; SPAREMBERGER, Ariosto ; DARONCO, Edimara ; BLUME, Marcelo. Gestão estratégica do ponto de venda: decisões para qualificar a performance no varejo. Ijuí: Unijuí, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788541903066>. (DIGITAL) (Cód.:30473)

\_Periódico\_1: MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING. Bingley: Emerald publishing, 1994-. Periodicidade. ISSN: 0263-4503. Classificação Qualis A1 na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, quadriênio 2013-2016. Disponível em: [/www-emeraldinsight-com.ez151.periodicos.capes.gov.br/loi/mip](http://www-emeraldinsight-com.ez151.periodicos.capes.gov.br/loi/mip)>. (Cód.:999999)

\_Periódico\_2: PRODUCT MANAGEMENT AND DEVELOPMENT. [s.l.]: Instituto de Inovação e Gestão de Desenvolvimento do Produto, 2003 -. Semestral. ISSN: 1676-4056. Disponível em: [/www.pmd.igdp.org.br/](http://www.pmd.igdp.org.br/)>. Possui Qualis B4 na área de Administração Pública e de empresas, quadriênio 2001-2016. Portal de Periódicos Capes, Categoria Periódicos Nacionais. (Cód.:999999)