

MBA EM VAREJO FÍSICO E ONLINE

ementas do curso

segundo semestre de 2021

MBAUSP
ESALQ

MÓDULO - GESTÃO DOS NEGÓCIOS DO VAREJO

Gestão Varejista: cenários, insights e tendências

Varejo: Conceitos e classificações; O papel do varejo na economia; Principais players dos diversos segmentos do varejo; Evolução do varejo digital no Brasi; O Futuro das lojas físicas; Integração físico-digital; Best practices de empresas varejistas brasileiras e internacionais - apresentação de casos. Tendências do varejo brasileiro e mundial.

Economia, Cenários Econômicos e Consumo

Economia e seus principais conceitos e aplicações; Políticas macroeconômicas; Política Monetária, Fiscal e Cambial; Cenários e Consumo: demanda e elasticidades; Evolução e tendências das variáveis que impactam a propensão ao consumo: renda, crédito, emprego e confiança do consumidor.

Estratégia e Análise Competitiva no Varejo

O processo de gestão estratégica na prática; Natureza das decisões estratégicas; Análise do macroambiente; Análise do ambiente competitivo; Análise do modelo de negócio; Investigação dos concorrentes e análise de tendências; Estratégias competitivas; O impacto do ambiente online nas estratégias das empresas varejistas. Cases de sucesso e insucesso de estratégias de empresas do varejo.

Gestão da Inovação e Foresights

Desmistificação a Inovação; Gestão de Cenários, Futuro, Prospectiva e Foresight; Análise e Mapeamento de Tendências; Ideação & Business Insights; Metodologias dos modelos open source, cocriação e outras metodologias que auxiliem o processo de inovação nas empresas; Cases de inovação no varejo.

Business Intelligence & CRM

Análise estratégica de dados. Sistemas de Business Intelligence; Transformação das informações em inteligência de mercado; Informações: sistemas legados, ERP, CRM e outros; Estruturação/implementação de sistemas e processos de gestão de clientes (CRM); Indicadores de LTV, Roas e Churn; Projetos de desenvolvimento de aplicações em BI; Cases de BI e CRM em empresas do varejo.

Consumer Insights

Apresentação de uma abordagem contemporânea sobre o comportamento do consumidor; Discussão das principais tendências a partir do comportamento do consumidor; Os processos para geração de insights e análise de consumidor; Ferramentas de consumer insights e tendências de comportamento e consumo.

Pesquisa de Mercado aplicado ao Varejo

O papel da pesquisa de mercado; Tipos de pesquisa de mercado; Ferramentas essenciais de pesquisa de mercado: parametrização, tipos de pesquisa, amostragem, dimensionamento, caracterização de demanda de mercado; Exemplos de pesquisas usuais que podem ser utilizadas pelas empresas que atuam no varejo; Cases aplicáveis à área de varejo.

Mapeamento da Jornada do Consumidor

Fundamentos e introdução ao Customer Journey (CX); Criação do Mapa de Jornada do Consumidor e seus Touch Points; Jornada do consumidor nos ambientes on e off; Tangibilização dos micromomentos: drivers, clarify needs e on stage e back stage; Cases em empresas de varejo.

Franquias: mercado, gestão e tendências

Desenvolvimento da franquia empresarial no Brasil; Características do franchising; Os principais desafios do franchising; A essência do Franchising e o papel das partes (franqueador e franqueado); Avaliação de franqueabilidade – critérios de estruturação; Cases de sucesso do franchising; Tendências do franchising no Brasil e no mundo.

Legislação no Ambiente Digital

Direito Digital; Princípios e responsabilidades - LGPD (Lei nº 113709/2018); Implicações da LGPD nos negócios das empresas varejistas; Transparência x privacidade; Segurança da informação; Cenários de usos e aplicações da LGPD no mercado de consumo.

Tópicos Especiais de Varejo

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de varejo.

Bibliografia do módulo

- AAKER, D.; A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. Pesquisa de Marketing. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ANGELO, C.F., NIELSEN, F.A.G., & FOUTO, N.M.M.D. Manual de Varejo no Brasil. São Paulo: Saint Paul Editora, 2012.
- ANSOFF, H.I. Estratégia empresarial. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1977.
- _____, A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1990.
- BACHA, C. J. C. Macroeconomia: Teoria e Aplicações à Economia Brasileira. 2006. 1ª ed. Campinas: Alínea.
- BACHA, C.J.C.; Entendendo a Economia Brasileira. 2. ed. Campinas: Alínea, 2011.
- BARBIERI, C. BI – Business Intelligence – Modelagem & Tecnologia. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2001.
- BARON; S. Empreendedorismo: uma visão do processo (EVP), Ed. Thomson, 2006.
- BATEMAN, T. S.; SNELL S. A. Administração: construindo vantagem competitiva. São Paulo: Atlas: 1998.
- BESANKO, D; BRAEUTIGAM, R. Microeconomics. 5ª ed. Wiley, 2014.
- BERMAN, B.; EVANS, J.R. Retail management: a strategic approach, 12th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- BERGSON, L. R. Gestão e Governança de Dados: promovendo dados como ativo de valor nas empresas. Rio Janeiro: Editora Brasport, 2013.
- BERRY, M.J.A; LINOFF, G. Data Mining Techniques For Marketing, Sales and Customer Support. 3ª ed. New York, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2011.
- BLACKWELL, R.D., MINIARD, P.W., ENGEL, J.F. Comportamento do consumidor, 9ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- BREEN, G. E., BLANKENSHIP, A. B. Pesquisa de Mercado. São Paulo: Makron Books, 1993.
- CAMM, J. D.et al. Business Analytics. 3a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.
- CARNEIRO, J. M. T.; CAVALCANTI, M.; SILVA, J. D. Os determinantes da sustentabilidade da vantagem competitiva na visão resource-based. Encontro da ANPAD, v. 23, 1999.
- Cherto, M., et al. Franchising: uma estratégia para expansão de negócios. São Paulo: Premier Máxima, 2006.
- CHRISTENSEN, C. O dilema da inovação: quando novas tecnologias levam as empresas ao fracasso. Makron Books, 2001.
- COOK, M.; COOK, C. Competitive Intelligence: Creating an Intelligent Organization and Compete to Win, LPC Group, 2000.
- DOLABELA, F. Empreendedorismo, uma forma de ser: Saiba o que são empreendedores individuais e coletivos. 1. Ed. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2003.
- DORNELAS, J. Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios. 5ª ed. Ed. Campus, 2014.
- ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. Consumer Behavior. 8ª ed. Orlando: The Dryden Press, 1995.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, vol. 34, n. 2, p. 5-28, abril/junho, 1999.
- FRIEDMAN, T. O Mundo é Plano. São Paulo: editora Objetiva, 2009.
- GORDON, R.J.; WILCOX, J.A. Macroeconomia. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2006.
- JANUZZI, P. M. Indicadores sociais no Brasil. São Paulo, Ed. Alínea, 5a edição, 2012.
- KIM, C.; MAUBORGUE, R. A Estratégia do Oceano Azul. Editora Campus, 2010.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- KOTLER, P.; LEE, Nancy R. Marketing contra a pobreza. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2009.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H. Marketing 3.0: As Forças do Marketing Que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio Janeiro: Editora Sextante, 2017.

LAUDON, K C, LAUNDON, J.P. Sistemas de Informação – com internet. Rio de Janeiro:LTC, 1999.

LAUDON, K. C. Management Information Systems. 9ª ed. Pearson, 2011.

LEGRAIN, M.; DANIEL, M. Estudo de Mercado. São Paulo, Atlas, 1992.

LENDERMAN, M. Admirável marketing novo. Como a pirataria, a pobreza e os oligarcas estão reinventando o marketing. Rio de Janeiro, Ed. Best Seller, 2010.

LEVY; WEITZ. Administração de Varejo, São Paulo: Editora Atlas, 2000.

LEVY, M., WEITZ, B.A.; GREWAL, D. Retailing Management, 9th ed. New York: McGrawHill Education, 2015.

MALHORTA, N.K. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Bookman, 2001.

MATTAR, F. N. Administração de Varejo. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MAHESHWARI, A. Data analytics made accessible. USA: eBook Kindle edition, 2019.

MAZZON, J.A.; KAMAKURA, W. A. Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil. São Paulo, Ed. Blucher, 2013.

McKENZIE, R; LEE, D. Microeconomics for MBA's. 2nd edition, 2010.

MEIRELLES, R.; CELSO, A. Um país chamado favela. São Paulo, Ed. Gente, 2014.

MELLO, P. C. Potencial de consumo, recursos naturais e economia brasileira. São Paulo, Saint Paul Editorial, 2012.

MENDELSON, M. A essência do franchising. (ABF-Associação Brasileira de Franchising, Org.). São Paulo, 1994.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.

NICHOLSON, W; SNYDER, C. Intermediate Microeconomics and Its Application. 11ª ed. 2010.

O'BRIEN, J. A. Sistemas da informação e as decisões gerenciais na era da Internet. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PARENTE, J.; LIMEIRA, T. V., BARKI, E. (org). Varejo para a baixa renda. São Paulo, Edt. Artmed, 2008.

PARENTE, J.; BARKI, E. Varejo no Brasil: gestão e estratégia, 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

PERDIGÃO, D. M.; HERLINGER, M.; WHITE, O. M. Teoria e Prática da Pesquisa Aplicada. 1ª ed. Elsevier, 2012.

PETER, J. P.; OLSON, J. C.; GRUNERT, K. G. Consumer behavior and marketing strategy. London: McGraw-Hill, 1999.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. Microeconomia. São Paulo: Makron Books, 1994.

POCHMANN, Marcio. Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira. 1ª ed. São Paulo, Ed. Boitempo, 2009.

POCHMANN, M. O mito da grande classe média. Capitalismo e estrutura social. São Paulo, Ed. Boitempo, 1ª edição, 2014.

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7. ed, Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. E. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PRAHALAD, C.K. A riqueza na base da pirâmide. São Paulo, Artmed Ed., 2005.

PROVOST, F; FAWCETT, T. Data Science para Negócios. Rio Janeiro: Editora Alta Books, 2016

REIS, D. Gestão da Inovação Tecnológica. 2ª ed. São Paulo: Manole 2018.

RIBEIRO, A., et al. Gestão Estratégica do FRANCHISING: como construir redes de franquias de sucesso. São Paulo: DVS Editora, 2011.

RIBEIRO, A., et al. Gestão do Ponto de Venda: Os papéis do franqueado de sucesso (1o). São Paulo: DVS Editora, 2015.

RIES, A. As 22 Consagradas Leis do Marketing. São Paulo: Makron, 1993.

RIES, A.; TROUT, J. Positioning: The Battle For Your Mind. 20ª ed. Nova York: McGraw-Hill, 2000.

SAMARA, B. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SAMARA, B.; BARROS, J. C. de Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SERRENTINO, A. Varejo e Brasil: reflexões estratégicas. 2ª ed. São Paulo: [s.n.], 2016.

SHAKER, T. The role of marketing information system on decision-making. *International Journal of Business and Social Science*, v. 2, n. 3, 2011.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. J. *Comportamento do Cliente: Indo Além do Comportamento do Consumidor*. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SOBRAL, F.; PECCI, A. *Administração: teoria e prática no contexto brasileiro*. São Paulo: Prentice Hall, 2013.

SOLOMON, MICHAEL R. *O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo*. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

STEPHENS, D. *The Retail Revival: reimagining business for the new age of consumerism*. Mississauga (Canada): Wiley, 2013.

STEPHENS, D. *Reengineering Retail: the future of selling in a post-digital world*. Vancouver (Canada): Figure 1 Publishing, 2017.

TIDD, J.; BESSANE, J.; PAVITT, K. *Gestão da Inovação*. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2008.

TIGRE, P. B. *Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TRENTMANN, F. (Ed.). *The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world*. Oxford: Berg, 2006.

TRUJILLO, V. *Pesquisa de Mercado Qualitativa e Quantitativa*. São Paulo: Scortecci, 2001.

TURBAN, E. e KING, D. *Comércio eletrônico – estratégia e gestão*. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

VASCONCELLOS, E. (coord.). *E-commerce nas empresas brasileiras*. São Paulo: Atlas, 2005.

VARIAN, H. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. 8th edition, 2010.

VAZ, C. A. *Os 8 Ps do Marketing Digital: O Seu Guia Estratégico de Marketing Digital*. 1ª ed. Novatec, 2011.

WALTERS, D.; HANRAHAN, J. *Retail Strategy: planning and control*. Londres: Macmillan Press Ltd., 2000.

WEDEL, M.; KAMAKURA, W. *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. 2ª ed. Norwell: KAP, 2000.

WEILL, P.; VITALE, M. R. *Place to Space: Migrating to eBusiness Models*. Harvard Business School Press, 2001.

YANAZE, M. H. *Gestão de Marketing e Comunicação- Avanços e Aplicações*. São Paulo: Saraiva, 2007.

MÓDULO - GESTÃO DE MARKETING E FINANÇAS NO VAREJO

Varejo Online e Gestão do E-commerce

Apresentar os principais conceitos e práticas dos modelos de negócio do varejo na internet; Apresentação e discussão das principais métricas de um e-commerce (taxa de conversão, tráfego, vendas, ticket médio, taxa de carrinho abandonado, taxa de rejeição, ROI); Estratégias de visibilidade e ativação; Marketplaces; Cases em empresas do varejo.

Marketing Digital e Redes Sociais

Mudanças do marketing tradicional para o digital; Bases e conceitos do marketing digital; Funil de Conversão; Análise e atuação nas principais mídias sociais: Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Twitter, dentre outros (p.ex. TikTok); Convergência: Transmídia, Cross Media e Storytelling; Gestão de crise na internet; Cases aplicáveis à área de varejo.

Google Analytics, KPI's e Métricas

Digital Analytics e Google Analytics; Uso de Analytics para modelagem de dados, identificação/resolução de problemas e aplicações na gestão; Pontos cruciais para coletar insights relevantes; Analytics das principais redes sociais; Data Wrangling (análise otimizada dos dados); Casos e exemplos práticos.

Ambiente de Loja e Visual Merchandising

Mudança do varejo e o novo papel do pdv; A Importância da ambientação, do layout e visual merchandising no ponto de venda; Atmosfera de loja como um elemento da estratégia varejista; Elementos da experiência de compra: estímulos sensoriais, comunicação no processo de compra e operação/layout de loja; Cases de sucesso no Brasil e no mundo.

Trade Marketing

Principais atividades do trade marketing, sua importância para as organizações e os distintos estágios de desenvolvimento da área nas empresas do Brasil; O papel do trade marketing na definição da estratégia de canais, nas estratégias go to market e na gestão de conflitos dos canais; Ferramentas de sell in e sell out; Shopper e consumer; Indicadores de performance; Casos e exemplos de estratégias de trade marketing no Brasil e no mundo.

Gestão do Sortimento no Varejo

Decisões estratégicas para definição do sortimento no varejo; Amplitude e profundidade de sortimento; Gerenciamento de categorias (GC): objetivos e expectativas; As etapas do GC; Indicadores de desempenho; Tendências e impacto do uso de dados em decisões de Sortimento; Casos e exemplos de gestão do sortimento.

Branding: Gestão de Marcas

Conceito, Função e Importância das Marcas; O processo de criação do Brand Equity; Identidade de Marca; Posicionamento; Importância da identidade e do posicionamento na gestão de marcas; Decisões de portfólio e extensões de Marca; Desafios e Tendências na Construção de Marcas; Casos e exemplos de gestão de marcas no Brasil e no mundo.

Marcas Próprias no Varejo

Conceito e origem das marcas próprias. Tipos de marcas próprias e posicionamento. Benefícios das MPs para o varejista. Interesses das indústrias pelas MPs. Etapas do desenvolvimento de marca própria. Dificuldade das MPs no Brasil. Melhores cases de MPs do Brasil e do mundo.

Matemática Financeira

Conceitos básicos de matemática financeira. Juros simples. Juros compostos; Amortização de empréstimos; Séries de pagamento – SAC; Taxas proporcionais e equivalentes; Taxa nominal e efetiva; Exercícios e exemplos da aplicação dos conceitos da disciplina em empresas varejistas.

Gestão Financeira no Varejo

Análise das decisões de investimentos; Análise das decisões de financiamentos; Análise dos resultados, qualidade dos lucros e rentabilidade; Análise da geração e perfil dos fluxos de caixa; Exercícios e exemplos da aplicação dos conceitos da disciplina em empresas varejistas.

Precificação no Varejo

Aspectos e conceitos para a formação de preços no varejo; Definição de preço e componentes estruturais; Posicionamento estratégico para efeitos de precificação. Normas tributárias brasileiras; Cálculo do custo das mercadorias; Substituição tributária de ICMS; Estratégias de precificação; Exercícios e exemplos da aplicação dos conceitos da disciplina em empresas varejistas.

Tópicos Especiais de Varejo

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de varejo.

Bibliografia do módulo

- AAKER, D. A. Criando e administrando marcas de sucesso. São Paulo: Futura, 1996.
- AAKER, David A. Marcas: Brand Equity: Gerenciando o valor da Marca. Editora Negócio, 1998.
- AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. Como construir marcas líderes. São Paulo: Futura. 2001.
- ANGELO, C. F.; GIANGRANDE, V. Marketing de Relacionamento no Varejo. 1ª ed. São Paulo: Saint Paul Editora, 2007.
- ALBERTIN, A. Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. São Paulo: Atlas, 2004.

ALCANTARA, L. K. de. Big Data e IoT: Desafios da Privacidade e da Proteção de Dados no Direito Digital. São Paulo: Bok2, 2017.

ALVAREZ, F.J.S.M. A aplicação dos conceitos de trade marketing nas empresas de produtos alimentícios de consumo: Um Estudo Exploratório – Dissertação de Mestrado – FEA – USP 1999.

ALVAREZ; F.J.S.M. Trade Marketing – A conquista do consumidor no Ponto de Venda Saraiva, 2007.

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. São Paulo: Atlas, 2003.

ASSAF NETO, A. Matemática Financeira e suas Aplicações. 12ª Ed. São Paulo: Atlas. 2012.

BATEY, M. O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.

BERNI, M.T. Operações e concessão de crédito. São Paulo: Atlas, 1999.

BETTMAN, J. R. Consumer psychology. Annual review of psychology, v. 37, n. 1, p. 257-289, 1986.

BLESSA, R. Merchandising no Ponto de Venda. 4ª ed. Atlas, 2006.

BORINELLI, M. L.; PIMENTEL, R. C. Curso de Contabilidade para Gestores Analistas e outros profissionais. São Paulo: Atlas. 2004.

BRIDGEWATER, S.; EGAN, C. International Marketing Relationships: Profitable Marketing Relationships Series. 1ª ed. Londres: Palgrave, 2002.

BRUNI, A.L.; FAMÁ, R. Gestão de Custos e Formação de Preços: com aplicações na calculadora HP-12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2002.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. A contabilidade Empresarial. São Paulo: Atlas. 2006.

COSTA, L. G. T. A.; COSTA, L. R. T. A.; ALVIM, M. A.. Valuation. 2ª ed. Atlas, 2011.

CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. Administração de Vendas: Planejamento, Estratégia e Gestão. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

CONSOLI, M. A. DANDREA, R.; NEVES, M. F.; PRADO, L S ; CASTRO, L. T.. Trade Marketing: Estratégias de Distribuição e Execução de Vendas. 1ª ed. Sao Paulo: Atlas, 2010.

DAMODARAN, A. Avaliação de Investimentos. Rio: Qualitymark, 1997.

DE FARO, C. Fundamentos de Matemática Financeira. Saraiva, 2006.

FREZATTI, F. Orçamento empresarial: planejamento e controle empresarial. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

FURTADO, B. Desejos Contemporâneos. São Paulo; GS&MD, 2009.

GOUVÊA DE SOUZA, M.; SERRENTINO, A. Multivarejo na Próxima Economia. São Paulo: Makron, 2002.

HAIR JUNIOR, J. F.; BUSH, R. P.; ORTINAU, D. J. Marketig Research: Whitin a Changing Information Environment. 2ª ed. McGraw-Hill, 2003.

HAZZAN, S.; POMPEO, J. N. Matemática Financeira. Saraiva, 2007.

HOJI, M; DA LUZ, A. E. Gestão Financeira e Econômica. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

HOLLIS, N. The global brand. New York: Palgrave Macmillan, 2008.

KAPFERER, J. N. The new strategic brand management: advanced insights & strategic thinking. 5a ed. Londres: Kogan Page, 2012.

KAROLEFSKI J., HELER A. Consumer-Centric Category Management ,Wiley, 2006.

KELLER, K. L.; MACHADO, M.. Gestão Estratégica de Marcas. 1ª ed. São Paulo: Pearson, 2006.

KOTLER, P.; GERTNER, D. O marketing de lugares: como conquistar o crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

LEWIS, R., HART, M. The New Rules of Retail: competing in the world's toughest marketplace, 2rd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

MACHADO, F. N. R. Big Data. O Futuro dos Dados e Aplicações. São Paulo: Editora Érica, 2018.

MALHOTRA, N. Design de Loja e Merchandising Visual – São Paulo: Saraiva, 2013.

MARQUESONE, R. Big Data/Técnicas e tecnologias para extração de valor dos dados. São Paulo: Casa do Código, 2017.

MARTELANC, R.; PASIN, R.; CAVALCANTE, F. Avaliação de Empresas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MARTIN, N. Hábitos de Consumo: Habit. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MARTINS, E. (Org.). Avaliação de Empresas: Da mensuração contábil à econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

MATARAZZO, D. C. Análise Financeira de Balanços. 7ª ed. Editora Atlas, 2010

MCCRACKEN, G.. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. Revista de Administração de Empresas, v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

MEGLIORINI, E. Custos: Análise e Gestão. 2a ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MORGAN, T. Visual Merchandising Vitrines e Interiores Comerciais, 2001.

NAGLE, T. T; HOGAN, J. Estratégias e Táticas de Preços. Ed. Pearson- Prentice Hall, 2003.

NETO, A. A.. Finanças Corporativas e Valor. 6ª ed. Atlas, 2012.

OLIVEIRA, R.N. Gestão Estratégica de Marcas Próprias. São Paulo: Brasport, 2009.

RANDALL, G. Trade Marketing Strategies. Londres: Butterworth & Heinemann, 1994

RAPPAPORT, A. Gerando Valor para o Acionista. São Paulo: Atlas, 2001.

ROCHA, A. da (Org.) A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

ROCHA, A. da. (Org.) As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SAMANEZ, C. P. Matemática Financeira: uma aplicação à análise de investimentos. Editora Pearson/Prentice Hall, 2008.

SECURATO, J. R. Crédito – Análise e Avaliação do Risco – Pessoas Físicas e Jurídicas. São Paulo: Saint Paul, 2002.

SECURATO, J.R. et al. Cálculo Financeiro das Tesourarias – Bancos e Empresas. 4ª ed. São Paulo: Editora Saint Paul, 2008.

SERRALVO, F. A. (organizador). Gestão de Marcas no Contexto Brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.

SOBRINHO, J. D. Matemática Financeira. Atlas, 2000.

SOLOMON, M. R.; Comportamento do Consumidor. 11ª. ed. Bookman, 2016.

STRUNCK, G. - Como Criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

SWIFT, R. O Revolucionário Marketing de Relacionamento com o Cliente. Ed. Campus, 2001.

TURCHI, S. R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

UNDERHILL, Paco. Vamos às compras! Rio de Janeiro: Campus, 1999.

WEIL, R. L, SCHIPPER, K, FRANCIS J. Financial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses. 14ª ed, 2013.

MÓDULO - GESTÃO DE OPERAÇÕES E RECURSOS HUMANOS NO VAREJO

Supply Chain e Logística no Varejo

Cadeia de abastecimento e canais; Papel e importância dos elementos participantes dos canais; Aspectos da relação varejo e indústria; Os componentes da cadeia logística (principais elos e fluxos). Gestão de performance e indicadores logísticos; Alianças estratégicas; Aplicações de soluções omnichannel; Cases de sucesso no Brasil e no mundo.

Gestão de Compras e Estoques

Sourcing, procurement, compras e estoques e o impacto nas estratégias de organizações varejistas; Conceito de estoques e gestão de estoques; Erro nos estoques ao longo da cadeia; Giro de estoques x nível de serviço; Coordenação contratual de sistemas produtivos; Alianças e parcerias estratégicas.

Operação Logística no Ambiente Online

Apresentar os principais conceitos de Gestão de Logística para o ambiente digital; Operações de Multicanais – Omnichannel como entregar vendendo através de vários canais; KPIs (Indicadores de desempenho); Cross docking, drop-shipping, consignação e estoque próprio.

Geomarketing aplicado ao varejo

Geomarketing como apoio de estratégias de expansão de redes varejistas; Visão sobre os dados, ferramentas e análises consideradas em análises de inteligência geográfica para o varejo; Apresentação de métodos e ferramentas de geomarketing; Casos aplicados do geomarketing no mercado varejista brasileiro.

Mobile Commerce

Mcommerce (vendas em dispositivos móveis); Integração de canais por meio do Mcommerce; Produtos e segmentos de maior aderência ao Mcommerce; Indicadores e Métricas do Mcommerce; Conversational commerce; Casos de sucesso e insucesso do Mcommerce no Brasil e no mundo.

Novas Tecnologias Aplicadas ao Varejo

Tecnologia da informação aplicada ao varejo; Apresentação e discussão das principais tecnologias emergentes: assistentes móveis de compras, sensores, controladores de tráfego, equipamentos para pagamentos, realidade aumentada, realidade virtual, RFID, IoT, dentre outros; Aplicações no varejo; Tendências na área.

Design Thinking e Novos Modelos de Negócio no Varejo

Conceitos e definições do Design Thinking; Modelo Canvas como ferramenta de Inovação; Discussão da aplicação do modelo de negócios em startups e em empresas estabelecidas; Novos modelos de negócios para atender o universo online e offline; Cases e tendências na área.

Gestão Estratégica de Pessoas no Varejo (3 aulas)

Visão geral da gestão estratégica de pessoas; Os desafios da gestão de pessoas no varejo. Fatores críticos de sucesso na gestão de pessoas no varejo; Rotatividade e retenção; Recrutamento e seleção; Gestão de competências; Avaliação de desempenho; Gestão de carreira; Cases para discussão.

Liderança e Motivação de Equipes

Liderança e suas principais aplicações no contexto organizacional; Como utilizar o modelo de liderança situacional para otimizar o processo de delegação; Melhores práticas de liderança; Construção do perfil do líder adequado para o negócio; Desafios do líder no varejo; Fatores motivacionais e organizacionais que afetam as equipes; Cases para discussão.

Cultura Digital: novos mindsets para a transformação digital

Impacto da transformação digital na sociedade e nas organizações; Mudança de cultura organizacional; Construção de uma cultura digital; Liderança Digital; Abordagens, técnicas e ferramentas para a elaboração de um plano de gestão das mudanças para a transformação digital das organizações varejistas; Cases aplicados no contexto brasileiro e internacional.

Gestão de Equipes de Vendas e Negociação

Evolução do conceito de vendas; Profissionalização do ambiente de vendas; O processo de gerenciamento de vendas; Construção e desenvolvimento da equipe de vendas; A importância da negociação como diferencial competitivo; Os elementos e as variáveis básicas da negociação; Perfis dos negociadores e a solução de conflitos.

Tópicos especiais de varejo

Nessa disciplina serão abordados temas contemporâneos em gestão de varejo.

Bibliografia do módulo

- ACKERMAN, K. 350 dicas para gerenciar seu armazém: almoxarifado, depósito, centro de distribuição. 2ª ed. Editora Iman, 2015.
- AGILE PROCESS. Guia da Logística para o E-commerce. Disponível em: <http://agileprocess.com.br/guia-logistica-para-ecommerce/>. Acesso em: 10/03/2019.
- ALVARENGA, A. C.; NOVAES, A. G. N. Logística Aplicada: Suprimento e Distribuição Física. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1994.
- ARNOLD, J.R.T. Introduction to materials management, 3rd ed. USA: Prentice-Hall, 1998.
- BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BALLOU, R. H. Logística Empresarial. São Paulo, Atlas, 1993.

BANZATO, E. WMS. Warehousing management system. São Paulo: IMAM, 1998.

BENNIS, W.; SPREITZER, G.M; CUMMINGS (org). O futuro da liderança. São Paulo: Futura, 2001.

BERGAMINE. C. W., BERALDO, D. Avaliação de desempenho humano na empresa. São Paulo, Atlas, 2007.

BITENCOURT, C. Gestão contemporânea de pessoas. Porto Alegre: Bookman, 2004.

BLANCHARD, K. Liderança de alto nível – como criar e liderar organizações e alto desempenho. Bookman Companhia Editora, 2011.

BLANK, Steven Gary. Do sonho à realização em quatro passos: estratégias para criação de empresas de sucesso. São Paulo: Editora Évora, 2012.

BOHLANDER, G. SNELL, S. Administração de recursos humanos. São Paulo: Cengage, 2009.

BOOG, G. Faça a diferença: como construir sua competência pessoal e transformar seus potenciais em realidade. São Paulo: Ed. Infinito, 2000.

BOWERSOX, D.L. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2014.

BOWERSOX, D.J. & CLOSS D.J. Logistical management: the integrated supply chain process. USA: McGrawHill, 1996.

BROWN, S. Retail Location: A Micro-Scale Perspective. University of Ulster, 1992.

CASTLE, G. H. (editor) Profiting from a Geographic Information System. Colorado. Gis World, Inc, 1993.

CHOPRA, S. & MEINDL, P. Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2011.

CHOWDHURY, S. A era do talento. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CLIQUET, G. Geomarketing: Methods and Strategies in Spatial Marketing. University of Rennes, 2006.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. Métodos de Pesquisa em Administração. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COLLINS, J. Empresas feitas para vencer. São Paulo: HSM Editora, 2013.

COSTA, S. G.; RODRIGUES, J. N.; VIEIRA, Gestão da mudança. Atlas, 2010.

COUTINHO, A.; POYATOS, H.; e MENDES, M. Inove com Design Thinking. São Paulo: Fiap, 2016. DANTAS, J. Inovação e Marketing Em Serviços. 1ª ed. Lidel, 2013.

DAVIES, R.L. Marketing Geography: With Special Reference to Retailing, Retail and Planning Associates, Corbridge, 1976.

DESSLER, G. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Prentice Hall, 2003.

DUTRA, J., FISCHER, A.L., AMORIM, W. A.C. Gestão de pessoas – práticas modernas. Atlas, 2010.

DUTRA, J. Competências: conceitos e Instrumentos para a gestão de Pessoas na Empresa Moderna. Atlas, 2010.

_____. Gestão de pessoas – modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo. Atlas, 2002.

_____. Gestão por competências. São Paulo, Gente, 2001.

DUZERT, Y. Negociações Empresariais: Série Gvlaw. 1ª ed. Saraiva, 2010.

DYER, J; CHRISTENSEN, C. M; GREGERSEN, H. DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura. São Paulo: HSM, 2012.

FISCHER, R. M.; FLEURY, M. T. L. Cultura e Poder nas Organizações. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

FISHER, R.; URY, W.; PATTON, B. Como Chegar ao Sim - IMAGO Editora – 2a. Edição, 2005.

FISCHER, M.; VAIDYANATHAN, R. Which products should you stock? Harvard Business Review. November, 2012.

FITZSIMMONS, J. A; FITZSIMMONS, M. Administração de serviços. Porto Alegre: Bookman, 2ª Ed. 2000.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GRAZZIOTIN, G. A Arte do Varejo: O Pulo do Gato Está na Compra. 5ª ed. São Paulo: Senac, 2002.

GREEN, P.C. Desenvolvendo competências consistentes. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

GODOI, C.K.; MELO, R.B, de.; SILVA, A.B. Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2007.

HAIR, J.; et al. Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração. Porto Alegre: Bookman, 2006.

HANDFELD, R.; NICHOLS, E. Introduction to supply chain management. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1999.

HERSEY, P., BLANCHARD, K. Psicologia para administradores. São Paulo: EPU Editora, 1986.

IDEO. Design Thinking for Educators. IDEO LLC, 2012. Disponível em: <http://designthinkingforeducators.com/>.

INGRAM, T.G. et. al Gerenciamento de Vendas: Análise e Tomada de Decisão 6ª.ed – Cengage Learning, São Paulo 2008.

ISMAIL, S.; MALONE, M. S.; Yuri, V. G. Organizações Exponenciais. São Paulo: Alta Books, 2015.

JOHANN, S. L. Gestão da cultura corporativa. São Paulo: Saraiva, 2003.

JUDGE, T. A.; ROBBINS, S. P.; SOBRAL, F. Comportamento Organizacional: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2011.

KOTTER, J.P. Liderando Mudanças - Transformando Empresas Com A Força Das Emoções. Elsevier, 2013.

KOUZES, J. M.; POSNER, B. Z. O desafio da liderança. São Paulo: Campus, 2009.

LAKATOS, E.M.; MARCO NI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAURINDO, F. J. B.; ROTONDARO, R. G. (orgs.) Gestão integrada de processos e da tecnologia da informação. São Paulo: Atlas, 2006.

LEWICKI, R.; BARRY, B.; SAUNDERS, D. M. Fundamentos da Negociação. 2.a edição. Bookman (FN), 2002.

LOVELOCK, C.; RIGHT, L. Serviços: Marketing e Gestão. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

MARTINELLI, D. P.; ALMEIDA, A. P. Negociação: como transformar confronto em cooperação. São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A.; MACHADO, J. R. Negociação Internacional. São Paulo: Atlas, 2004.

MCCALMAN, J.; PATON, R.A. Change Management: a guide to effective implementation. 3th ed. Sage; 2008.

MEGIDO, J.L.T.; SZULCSEWSKI. Administração Estratégica de Vendas. Atlas, São Paulo 2002.

MOSCOVICI, F. Desenvolvimento Interpessoal. 11 ed. São Paulo: José Olympio, 2001.

MOREIRA, J.C.T. (org). Administração de Vendas. Saraiva, São Paulo 2000.

NADLER, D. A.; HACKAMAN, Jr.; LAWLER, E. Comportamento Organizacional. Editora Campus, Rio de Janeiro, 1983.

OSTERWALDER, A. Inovação em modelos de negócios: business model generation. São Paulo: Alta Books, 2010.

OSTERWALDER, A; PIG, Y. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios. Rio Janeiro: Alta Books, 2011.

PAIVA, E. L., CARVALHO JR., J. M.; FENSTERSEIFER, J. E. Estratégia de produção e de operações: conceitos, melhores práticas e visão de futuro. Porto Alegre: Bookman, 2004.

PEREZ, F. Vantagens competitivas no e-commerce através da logística. São Paulo: Editora Lexia, 2010.

QUEIROZ, C. S. As competências das pessoas potencializando seus talentos. São Paulo:DVS, 2008.

RAIFFA, H. The Art and Science of Negotiation. 17ª ed. Harvard University Press, 2003.

RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação. São Paulo: Leya Brasil, 2012.

ROBBINS, S.P. Comportamento Organizacional. Trad. Reynaldo Marcondes, 11 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ROBBINS, H FINLEY, M. Por que as equipes não funcionam. São Paulo: Campus, 1997.

RODRIGUES, N. Curso Suporte, Atendimento e Pós-Vendas. MBA Linx, 2014.

ROMANO, R. R. Tecnologia: O futuro do seu negócio passa por aqui. 3ª. Edição. São Paulo: Posigraf, 2012.

SALVANESCHI, L. Location, Location, Location: How to Select the Best Site for Your Business. Grants Pass, Oregon. Oasis Press, 1995.

SANTOS, C. E. Prevenção de Perdas e Gestão de Riscos. São Paulo: Editora Sicurezza, 2012.

SENGE, P. M. A Quinta Disciplina: Arte e Prática da Organização que Aprende. 27ª Edição. São Paulo: Best Seller, 2010.

SHELL, R. Negociar é Preciso - Negócio Editora – 3a. Edição, 2001.

STANTON, W. J.; SPIRO, R. Administração de Vendas. – 10ª. Ed. –: LTC Editora, Rio de Janeiro 2000.

STICKDORN, M. et al. Isto é Design Thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos. Porto Alegre: Bookman, 2014.

SUCUPIRA, C. Gestão de depósitos e centros de distribuição através dos softwares wms. 2002.

TANURE, B. Evans, P. A importância do RH. GV Executivo, Vol. 5, 2006.

TELLES, R.; STREHLAU, V. I. Canais de Marketing e Distribuição. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

TURBAN, E. et al. Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy. 7th edition, Wiley, 2009.

TURCHI, S.R. Estratégias de Marketing Digital e E-commerce. 2ª ed. São Paulo: Editora Gen, 2018.

VASCONCELOS, E. (Coordenador). E-commerce nas empresas brasileiras. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

VERDONK, P; LITTLE, J. Lean Change Management: Prácticas Innovadoras Para El Manejo del Cambio Organizacional. Madrid: Independently Published, 2019.

VERGARA, S.C. Métodos de pesquisa em administração, 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

YANAZE, M. H. Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

YIN, R.K. Case study research: design and methods. 3rd ed., v.5, Newbury Park: Sage Publications, 2003.

MBAUSP
ESALQ

Rua Alexandre Herculano, 120, Vila Monteiro
Piracicaba/SP CEP: 13.418-445

queroinfos@pecege.com

+55 19 3377 0937 +55 19 3377 0940

[@](#) [f](#) [in](#) [▶](#) /mbauspesalq