

**PROCESSO n° 81/17**

PROCEDÊNCIA: PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO.
ASSUNTO: PROJETO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM GESTÃO DO VAREJO.

PARECER n° 89/17**DATA: 07/12/17**

1 HISTÓRICO

A Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão protocolou junto ao Conselho Universitário - CONSUNI, do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, para análise e deliberação, o Projeto de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão do Varejo.

2 ANÁLISE

2.1. Projeto anexo.

3 PARECER

Diante do exposto na análise, o Conselho Universitário - CONSUNI do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, deliberou:

APROVAR o Projeto de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão do Varejo.

Brusque, 07 de dezembro de 2017.

Günther Lothar Pertschy (Presidente) _____

Alessandro Fazzino _____

Edinéia Pereira da Silva Betta _____

Heloisa Maria Wichern Zunino _____

Ademir Bernardino da Silva _____

Denis Boing _____

Jaison Homero de Oliveira Knoblauch _____

Sidnei Gripa _____

George Wilson Aiub _____

Raul Otto Laux _____

Arthur Timm _____

Marlise Adriana Garcia Schmitz _____



Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão – Proppex

**Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*
GESTÃO DO VAREJO**

Brusque, dezembro de 2017.

SUMÁRIO

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	3
1.1 NOME DO CURSO	3
1.2 ÁREA DO CONHECIMENTO E UNIDADE RESPONSÁVEL.....	3
1.3 COORDENAÇÃO DO CURSO.....	3
2 CARACTERIZAÇÃO DO CURSO	5
3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO.....	6
3.1 JUSTIFICATIVA	6
3.2 OBJETIVOS	9
3.2.1 Objetivo Geral	9
3.2.2 Objetivos Específicos	9
4 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO	10
4.1 MATRIZ CURRICULAR.....	10
4.2 EMENTA E REFERÊNCIA BÁSICA DAS DISCIPLINAS	11
4.3 DADOS RELATIVOS AO CORPO DOCENTE E AO COORDENADOR DO CURSO	19
4.4 DADOS ESTATÍSTICOS DO CORPO DOCENTE	200
4.5 METODOLOGIA DO ENSINO.....	200
4.5.1 Critérios para aprovação nas disciplinas	211
4.5.2 Avaliação Final: TCC (Artigo Científico)	222
4.5.3 Recursos físicos e materiais a serem utilizados:.....	22
4.5.4 Processo Seletivo.....	223
5 RECOMENDAÇÕES.....	244

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 NOME DO CURSO

Gestão do Varejo

1.2 ÁREA DO CONHECIMENTO E UNIDADE RESPONSÁVEL

Área do conhecimento:

Administração

Unidade Responsável:

Cursos de Graduação em Administração

Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - Proppex

1.3 COORDENAÇÃO DO CURSO

Prof^a. Karin Vieira da Silva

karin.vieira@unifebe.edu.br

Titulação: Bacharel em Administração (Universidade Federal de Santa Catarina - 2011). Mestre em Administração (Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina – 2013). Doutora em Sociologia Econômica e das Organizações (Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa – 2016 – reconhecido pela Universidade do Vale do Itajaí como Doutora em Administração – 2017).

Prof. Raul Otto Laux

raullaux@unifebe.edu.br

Titulação: Graduação em Administração (Universidade Regional de Blumenau FURB – 1988). Mestre em Administração (Universidade Regional de Blumenau (FURB) – 2002). Doutor em Administração (Universidad Nacional de Misiones (UNaM) – 2013).

Pós-Doutorado em Administração (Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina – 2017).

2 CARACTERIZAÇÃO DO CURSO

Período de Realização(previsão)

Data de Início: Março de 2018

Data de Término: Março de 2020

Horário e Turno: segundas-feiras, terças-feiras, no período noturno (18h30 às 22h).

Carga Horária:

360 horas + TCC

Base Legal do Curso

Resolução nº 100, de 22 de novembro de 2011, do Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina homologada e publicada pelo Decreto nº 858, de 06/03/12, publicado no Diário Oficial em 07/03/12.

Regulamento da Pós-Graduação da UNIFEBE, Resolução CA nº 43/11, de 30 de novembro de 2011.

Autorização do Curso

Parecer CONSUNI nº 89/17, de 07/12/17.

Resolução CA nº

Oferta do curso:

() Ocasional

(x) Permanente

Número de Vagas

Mínimo de 18 vagas

Clientela / Público Alvo

O Curso destina-se a graduados em Administração, Gestão Comercial, Processos Gerenciais, Logística ou áreas afins que tenham interesse em desenvolver ou aprimorar o conhecimento quanto a gestão do varejo.

3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO

3.1 JUSTIFICATIVA

Situado em uma região privilegiada da cidade de São Paulo, o espaço corporativo UNIFEBE tem como objetivo ampliar a oferta de cursos de pós-graduação, na maior cidade do país, ao oferecer cursos para os colaboradores de grandes empresas da região e empresários que desejam aperfeiçoar os seus conhecimentos na área.

O município de São Paulo conta atualmente com cerca de 12,04 milhões de habitantes e sua região metropolitana abriga 21,24 milhões de habitantes. A cidade é um polo de diversidade cultural, onde convivem mais de 190 nacionalidades, e também comercial, com cerca de 53 shoppings e dezenas de ruas de comércio especializado e zonas executivas, sendo o turismo de compras uma das atividades mais procuradas pelos visitantes da metrópole (SPTuris, 2017).

A economia da capital paulista é responsável pelo maior Produto Interno Bruto (PIB) municipal do país, sendo umas das mais ricas do mundo. Dentre as principais atividades que movimentam a economia da cidade está o varejo. Segundo dados da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo – FecomercioSP (2017), em setembro o estado de São Paulo registrava um estoque ativo no varejo de 2.065.957 trabalhadores, sendo que 647.870 trabalhadores formais estão situados na capital.

A entidade apresenta ainda um cenário otimista para o ramo nos próximos meses. Segundo ela, o comércio varejista deverá crescer 5% em 2017 e encerrará o ano com o faturamento real de R\$ 623,7 bilhões, valor R\$ 28,1 bilhões maior em relação a 2016. Já as vendas de dezembro, mês do Natal, deverão superar os R\$ 65,1 bilhões, alta de 4% na comparação com 2016. Caso este cenário se confirme, será o maior crescimento anual de vendas desde 2011, o que representa o fim do pior ciclo recessivo já vivido pelo comércio, que começou em 2014 (FecomercioSP - B, 2017).

Nesse contexto, evidencia-se a relevância do ramo varejista para economia da cidade de São Paulo, e, dado as suas dimensões, projeta-se como um dos

impulsionadores do cenário econômico brasileiro, impactando diretamente na retomada do crescimento econômico do país.

Portanto, sendo a UNIFEBE uma instituição comprometida com o desenvolvimento social e econômico, em diferentes âmbitos, vislumbra-se uma potencial oportunidade para instituição ampliar a sua contribuição para além da comunidade local que a abriga, por meio da formação de capital humano qualificado e integrado com o mercado de trabalho. Tal possibilidade justifica-se pelo abrangente mercado varejista da cidade de São Paulo e região, que demanda profissionais qualificados para a continuidade e crescimento de suas atividades.

Assim, tendo a Unifebe uma larga experiência na formação de profissionais de áreas relacionadas à administração de empresas, contribuindo significativamente para a qualificação da mão-de-obra local há anos, elaborou-se o presente projeto de Curso de Especialização em Gestão do varejo, a fim de aperfeiçoar o profissional que atua, ou que pretende atuar na gestão de empresas do setor, suprimindo as necessidades do mercado nacional, levando-se em consideração as atividades voltadas para o desenvolvimento da Gestão do Varejo.

As mudanças conjunturais que afetam o mercado brasileiro e internacional, em uma velocidade cada vez maior, vem provocando o aumento da complexidade das dinâmicas concorrenciais que afetam o setor de varejo, demandando dos profissionais da área competências multifacetadas e constante aprimoramento pessoal.

Paiva e Nicolai (2012, p. 29) destacam que o gestor no varejo deve se apresentar “como um profissional que mobiliza, no exercício de sua atividade produtiva, diferentes conjuntos de saberes ou competências específicas”, dentre as quais, salientam-se a “intelectual, técnico-funcionais, comportamentais, éticas e políticas; as quais geram resultados reconhecidos pessoalmente, profissionalmente, pela organização e pela sociedade”. Os autores ressaltam ainda a importância da formação acadêmica, para além da experiência profissional.

Tendo ciência desse cenário para as profissões englobadas na administração de empresas, neste caso, destacando, principalmente, a Gestão do Varejo, a relação entre as organizações de produção/serviços e a educação, com disciplinas próprias do contexto acadêmico, tende a ser cada vez mais estreita e necessária. A UNIFEBE,

portanto, oferece o curso de Gestão do Varejo, em consonância com sua missão e com os anseios do mercado.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo Geral

Promover a formação de profissionais capacitados para atuar no competitivo e dinâmico ramo do Varejo, oferecendo ferramental necessário para análise, planejamento, implementação e controle das estratégias empresariais.

3.2.2 Objetivos Específicos

Aprimorar o domínio de habilidades e conhecimentos da gestão do Varejo;
Atender a demanda pela qualificação profissional do mercado do Varejo;
Apresentar e discutir aspectos relevantes quanto a gestão do Varejo como fenômeno social, econômico e cultural;
Promover uma reflexão sistemática a respeito da gestão do Varejo.

4 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO

4.1 MATRIZ CURRICULAR

Disciplina	C/H
Workshop	
Cenários e Tendências do Mercado de Varejo	7
Workshop: convidado	14
Módulo Desenvolvimento	
Inovação e Tecnologia no Varejo	21
Workshop: convidado	14
Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Varejo	14
Gestão de Operações Logísticas	21
Módulo Negócios	
Empreendedorismo	14
Workshop: convidado	14
Finanças Aplicada ao Varejo	21
Ambiente de Negócios em Varejo e Estratégia Empresarial	21
Gestão de Talentos	14
Módulo Marketing	
Marketing Estratégico aplicado ao Varejo	21
Workshop: convidado	14
Gestão Estratégica de Vendas	14
Marketing Digital e E-commerce	14
Marketing de relacionamento e comportamento do consumidor no Varejo	21
Workshop: convidado	14
Módulo Acadêmico	
Análise organizacional	45
Metodologia da Pesquisa	42
Total de horas	360

Os workshops serão ministrados por renomados profissionais do mercado, com o objetivo de aprofundar a discussão sobre os principais temas de cada módulo, apresentando casos práticos do varejo na atualidade. A dinâmica da disciplina que contempla workshops divide-se em três momentos: o professor inicia a disciplina expondo os temas específicos e nos workshops eles serão colocados em prática, ao final o professor encerra a disciplina avaliando a experiência teoria/prática.

4.2 EMENTA E REFERÊNCIA BÁSICA DAS DISCIPLINAS

Disciplina: Cenários e Tendências do Mercado de Varejo

Carga horária: 21h

Ementa: O ambiente dos negócios globalizados. A construção e análises de cenários de negócios nacionais e internacionais. Identificação das ameaças e oportunidades. Gestão das potencialidades e fragilidades.

Referências:

BITTAR, Sergio. **Las tendencias mundiales y el futuro de América Latina**. Chile: Naciones Unidas. Cepal, 2014.

CAVALCANTI, Marly. **Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação: com estudos de casos nacionais e internacionais**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

GHEMAWAT, Pankaj. **Redefinindo estratégia global: cruzando fronteiras em um mundo de diferenças que ainda importam**. Porto Alegre : Bookman, 2008.

SERRENTINO, Alberto. **Varejo e Brasil - Reflexões Estratégicas**. São Paulo: Varese: 2016.

Disciplina: Inovação e Tecnologia no Varejo

Carga horária: 35h

Ementa: Modelos e instrumentos de inovação de processos, produtos e serviços. Gestão de projetos inovadores. Relação inovação e tecnologia. Tecnologias de informação e comunicação aplicadas à inovação. Gestão de empresas de base tecnológica. Inovação e internet: crowdsourcing, crowdfunding, redes sociais, business intelligence (BI) e big data.

Referências:

ISANO, G. P. You need an innovation strategy. Harvard Business Review, 93(6), 44-54. Jun. 2015. Disponível em: <https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>

MATTOS, João Roberto Loreiro de; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. **Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática**. São Paulo: Saraiva, 2005.

MORGADO, Maurício. Inovação no varejo. **GV-executivo**, v. 7, n. 5, p. 60-65, 2008.

SCHERER, Felipe Ost. **Gestão da Inovação na Prática**. São Paulo: Atlas, 2009.

TIDD, Joe; BESSANT, John. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

Disciplina: Responsabilidade Social e Sustentabilidade no Varejo

Carga Horária: 14h

Ementa: Responsabilidade social. Práticas de responsabilidade social. Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade. Estratégias e ferramentas de sustentabilidade. Indicadores de sustentabilidade.

Referências:

BARBIERI, J.C. **Gestão Ambiental Empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. Saraiva, 2012. 316p.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. 3. ed., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2016.

DIAS, R. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed., rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2011. 220p.

DÜES, C.M.; TAN, K.H.; LIM, M. Green as the new Lean: how to use Lean practices as a catalyst to greening your supply chain. **Journal of cleaner production**, v. 40, p. 93-100, 2013.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade**: canibais com garfo e faca. São Paulo: M. Books, 2012. 488p.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VAN BELLEN, H.M. **Indicadores de sustentabilidade**: uma análise comparativa. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 253p.

Disciplina: Gestão de Operações Logísticas

Carga Horária: 21h

Ementa: Cadeias de suprimentos; logística externa e logística interna; relacionamentos cliente fornecedor; desempenho das operações produtivas e da cadeia de suprimentos; produtividade e competitividade da cadeia.

Referências:

BASTOS, A. L. A. ; FERREIRA, E. V. S. ; MARTINI, M. . **Avaliação do Desempenho de um Layout Celular sob a Ótica dos Sete Desperdícios**. in: iv conbrepro - congresso brasileiro de engenharia de produção, 2014, ponta grossa. anais do iv conbrepro, 2014.

BOWERSOX, D; CLOSS, D; COOPER, M. B., **Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística**. 2 ed., Campus Elsevier, Rio d Janeiro, 2008.

NOVAES, A. G. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição** - 2a. Edição Revista e Atualizada, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2004.

VIEIRA, José Geraldo Vidal et al. Um estudo exploratório sobre colaboração logística num grande varejo supermercadista. **Revista Produção**, v. 20, n. 1, p. 135-147, 2010.

Disciplina: Empreendedorismo

Carga Horária: 28h

Ementa: Características do comportamento empreendedor; criatividade e desenvolvimento de novos negócios; identificando oportunidades; análise do mercado do Varejo; construção de planos de negócios de Varejo.

Referências:

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed., rev. e a atual. Rio de Janeiro: Campus, 2008

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

HOCKERTS, Kai. Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol. 41. Issue 1, jan.2017, p. 105-130. Disponível: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12171/epdf>

Disciplina: Finanças Aplicada ao Varejo

Carga Horária: 21h

Ementa: Modelagem Financeira. Mercado Financeiro e Seus Produtos. Gestão Financeira. Orçamento. Administração de Custos.

Referências:

ANGELO, Claudio Felisoni de. **Finanças no varejo:** gestão operacional, exercícios práticos com respostas. São Paulo: Atlas, 1996.

ASSAF NETO, Alexandre,; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

DROMS, William G.; PROCIANOY, Jairo L. **Finanças para executivos não-financeiros:** tudo o que você precisa saber. 4. ed. Porto Alegre: Bookman 2002.

Disciplina: Ambiente de Negócios em Varejo e Estratégia Empresarial

Carga Horária: 21h

Ementa: Sistema de planejamento organizacional. Conceito, característica e etapas do processo de planejamento estratégico. O planejamento estratégico em diferentes contextos (vantagens e desvantagens). Balanced Scorecard.

Referências:

GOMES, Elizabeth; BRAGA, Fabiane. **Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo.** 2. ed., rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação:** balanced scorecard. Gulf Professional Publishing, 1997.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári da estratégia.** Porto Alegre: Bookman Editora, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças de. **Planejamento estratégico:** conceitos, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 2010.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva.** Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2004.

Disciplina: Gestão de Talentos

Carga Horária: 14h

Ementa:

Gestão Estratégica de Pessoas - 7 horas

A evolução da área de administração de recursos humanos (ARH) operacional para gestão de pessoas (GP) em nível estratégico. O alinhamento estratégico da gestão de pessoas às estratégias organizacionais. Visão, Missão, Objetivos, estratégias, políticas, estrutura e processos de gestão de pessoas orientados para o comprometimento com o negócio da organização. Subsistemas de RH.

Liderança – 7 horas

Liderança e desenvolvimento de equipes de trabalho. Habilidades esperadas dos gestores contemporâneos. Conceitos de desenvolvimento gerencial. Gestão *versus* liderança. Estilos de liderança e sua identificação. Motivação e gestão por competência. Comunicação e relações interpessoais contemporâneas influenciando na cultura organizacional.

Referências:

BECKER, Brian E.; HUSELID, Mark A.; ULRICH, Dave,. **Gestão estratégica de pessoas com "scorecard" = The HR Scorecard: interligando pessoas, estratégia e performance.** 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **O Líder Eficaz.** 1. ed. 3. reimpr. São Paulo. Atlas, 2008.

CARUSO, David R; SALOVEY, Peter. **Liderança com Inteligência Emocional.** Liderando e administrando com competência e eficácia. São Paulo. M. Books do Brasil Editora Ltda, 2007.

CLUTTERBUCK, D. **Coaching eficaz:** como orientar sua equipe para potencializar resultados. São Paulo, 2. ed, Editora Gente, 2008.

KRAUSZ, R.R. **Coaching executivo: a conquista da liderança.** 2. Ed. São Paulo: Nobel, 2007.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.** 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

TEIXEIRA, Gilnei Mourão. **Gestão Estratégica de Pessoas.** Rio de Janeiro. Editora FGV, 2005.144 p.

Disciplina: Marketing Estratégico aplicado ao Varejo

Carga Horária: 35h

Ementa: Inteligência competitiva. Inteligência de mercado. Branding. Plataformas de expansão de negócios. Marketing relacional para a cadeia de valor.

Referências:

GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário dos negócios**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

KOTLER, Philip,. 1931-; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PORTER, Michael E., Estratégia competitiva. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

HOOLEY, Grahan J. et al. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi,. **Marketing de varejo**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012

RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento: a batalha pela sua mente**. 6. ed. Sao Paulo : Pioneira, c1996. xvi, 171p. Tradução de: Positioning : the battle for your mind.

Disciplina: Gestão Estratégica de Vendas

Carga Horária: 14h

Ementa: Gestão e Planejamento Estratégico. Origem e evolução do pensamento em gestão estratégica. As escolas do pensamento estratégico. Perspectivas de evolução da gestão estratégica. Planejamento estratégico participativo e sua importância nas mais diversas esferas do primeiro, segundo e terceiro setor. Mudanças do perfil comportamental do consumidor. O perigo da burocratização e da burocratização no atendimento comercial. A relevância da pre-venda, venda e pós venda na formulação e validação de objetivos e metas.

Referências:

ALBERONI, Francesco. **A arte de comandar**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2004.

INGRAM, Thomas; LAFORGE, Raymond; AVILA, Ramon; SCHWEPKER, Charles Junior; WILLIAMS, Michael. **Gerenciamento de Vendas: análise e tomada de decisão**. 6ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANT'ANNA, Dalmir. **Oportunidades: estratégia competitiva para fortalecer diferenciais na vida pessoal e no ambiente corporativo**. São Paulo: Ser Mais, 2014.

THOMPSON, Leigh. **O Negociador**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Disciplina: Marketing Digital e E-commerce

Carga Horária: 14h

Ementa: Paradigmas da Era Digital. Marketing Digital. Marketing de conteúdo. Mídias sociais. Ferramentas do marketing digital: google adwords, facebook ads, dentre outras. E-commerce.

Referências:

CHAFFEY, D. **Gestão de E-business e E-commerce** – estratégia, implementação e prática. São Paulo: Elsevier, 2014.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

LAUDON, Kenneth C.; TRAVER, Carol Guercio. **E-commerce 2017: Business, Technology, Society**. Pearson Education, 2017.

MICELI, André L. **Planejamento de marketing digital**. Rio de Janeiro: Brasport: 2017.

REZ, RAFAEL. **Marketing de Conteúdo: a moeda do século XXI**. São Paulo: DVS Editora, 2016.

Disciplina: Marketing de relacionamento e comportamento do consumidor no Varejo

Carga Horária: 35h

Ementa: Marketing de relacionamento. Fidelização. Comportamento do consumidor. Os fatores que influenciam o comportamento do consumidor. O processo de decisão de compra. Variáveis do comportamento do consumidor.

Referências:

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

BOGMANN, Itzhak Meir. **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras**. São Paulo: Nobel, 2002.

GUMMESSON, Evert. **Marketing de relacionamento total**: gerenciamento de marketing, estratégia de relacionamento e abordagens de CRM para a economia de rede. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MIGUELES, C. (Org.). **Antropologia do consumo**: casos brasileiros. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

Disciplina: Análise organizacional

Carga Horária: 45h

Ementa: Organização: definição, tipos e níveis de análise. O ambiente organizacional. Variáveis organizacionais: cultura, poder, tecnologia, estratégia, estrutura, comunicação, tomada de decisão e processos. Diagnóstico e Intervenção organizacional: etapas e desenvolvimento. Métodos e técnicas de pesquisa aplicada. Design research. Design thinking.

Referências:

ASTLEY, W. G., VAN DE VEN, A. H. (2005). Debates e Perspectivas Centrais na Teoria das Organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, 45(2), abr-jun, 2005.

BERTI, Anélio. **Diagnóstico empresarial**: teoria e prática. São Paulo: Ícone, 2001.

CALDAS, M. P. **Paradigmas em Estudos Organizacionais**: uma Introdução à Série. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, 45(1), jan-mar, 2005. Disponível em: http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902005000100008.pdf

CALDAS, Miguel Pinto; FACHIN, Roberto; FISCHER, Tânia. **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2004 (v. 3).

DRESCH, Aline; LACERDA, Daniel Pacheco; ANTUNES JÚNIOR, José Antonio Valle. **Design Science Research**: Método de Pesquisa para Avanço da Ciência e Tecnologia. Porto Alegre: Bookman, 2015.

HALL, Richard. **Organizações**: estrutura, processos e resultados. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2004.

MARTIN, Roger L. **Design de negócios**: por que o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: Planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa

Carga Horária: 42h

Ementa: Normas da ABNT. Diretrizes de leitura. A construção do texto acadêmico: linguagem científica. Artigo científico: conceito, estrutura, procedimentos e respectivas normas da ABNT.

Referências:

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 14724: Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação**. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2005.

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6023: Informação e documentação: Referências - Elaboração**. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LINTZ, Alexandre; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de cursos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

4.3 DADOS RELATIVOS AO CORPO DOCENTE E AO COORDENADOR DO CURSO

4.4 DADOS ESTATÍSTICOS DO CORPO DOCENTE

a) Informações gerais

Nº total de docentes que ministrarão o curso:

Nº docentes pertencentes ao quadro permanente da UNIFEBE:

Nº de docentes externos à UNIFEBE:

b) Titulação

Nº de Especialistas:

Nº de Mestres:

Nº de Doutores:

4.5 METODOLOGIA DO ENSINO

Os participantes do curso terão acesso para utilização dos recursos disponíveis na biblioteca da UNIFEBE. O aluno poderá solicitar o envio de livros da biblioteca para a Unidade Corporativa UNIFEBE para consultar o material em São Paulo. Os equipamentos de apoio pedagógico, tais como projetor multimídia, DVD e TV estarão disponíveis na Unidade Corporativa UNIFEBE, no Shopping Frei Caneca, para o corpo docente ou serão locados. Como metodologia de ensino, as aulas poderão ser expositivas, com debates, seminários, trabalhos em grupo, ficando a avaliação do desempenho dos alunos sob a responsabilidade do professor.

As disciplinas do curso serão oferecidas nos meses de Março de 2018 a Julho 2019, perfazendo uma carga horária de 360 horas em disciplinas obrigatórias. As aulas serão ministradas às segundas-feiras e terças-feiras, semanalmente na Unidade Corporativa UNIFEBE no Shopping Frei Caneca em São Paulo. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e horário de funcionamento, com conhecimento e aprovação da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão – Propex e total aceitação da turma.

O curso apresenta alguns diferenciais, o primeiro deles é a oferta das disciplinas agrupadas em módulos. Ao término de cada módulo o acadêmico receberá um certificado de aperfeiçoamento e ao final do curso, o diploma de pós-graduado. O

segundo são os Workshops, que tem como objetivo aprofundar a discussão sobre os diferentes temas de cada módulo, apresentando casos práticos com profissionais renomados do varejo na atualidade. A dinâmica da disciplina que contempla workshops divide-se em três momentos: o professor inicia a disciplina expondo os temas específicos e nos workshops eles serão colocados em prática, e ao final o professor encerra a disciplina avaliando a experiência teoria/prática.

Em consonância com o Regulamento da Pós-Graduação aprovado pela resolução CA nº 43/11, de 30/11/11, as aulas poderão ser oferecidas na modalidade presencial conforme cronograma ou semi-presencial respeitada a carga horária estabelecida de 20% da carga horária total da disciplina. Sendo que nenhuma disciplina do curso de graduação pode ser usada para crédito de especialização.

4.5.1 Critérios para aprovação nas disciplinas

O aproveitamento do rendimento do aluno será avaliado por meio de verificações, em cada disciplina, sendo a nota final expressa em conceitos, com as seguintes equivalências:

CONCEITO	SIGNIFICAÇÃO	REF. NUMÉRICO
A	Excelente	9,0 a 10,0
B	Bom	7,0 a 8,9
C	Regular (Deverá ser compensado por conceito (A) em outra disciplina, para efeitos de média geral de aprovação)	5,0 a 6,9
D	Insuficiente	0,0 a 4,9

A obtenção de no mínimo, média global “B”, acrescido de frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) das aulas ministradas, em cada disciplina, confere o direito à aprovação ao número de créditos cursados.

Para cada conceito “C” obtido na realização de uma disciplina, o discente deverá compensar com um conceito “A” em outra disciplina para manutenção da média global igual ou superior a “B”.

Ao aluno que concluir o TCC (Artigo Científico) e todas as disciplinas com frequência e conceito exigidos, será emitido o Certificado de Especialista nome do curso.

Receberá Certificado de Aperfeiçoamento o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 180 horas de conteúdo específico.

Receberá Certificado de Atualização o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 179 horas de conteúdo específico.

A entrega do conceito final para cada disciplina não deverá exceder o prazo de 30 (trinta) dias, contados do dia da entrega do trabalho final ao professor responsável.

4.5.2 Avaliação Final: TCC (Artigo Científico)

A elaboração do artigo científico é de responsabilidade do aluno e poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia da Pesquisa, sendo que a entrega final deverá ser efetuada em até 06 (seis) meses após o término da última disciplina. Somente em situações excepcionais o prazo da entrega do artigo científico poderá ser prorrogado por até 02 (dois) meses, a juízo do professor de Metodologia da Pesquisa e da Coordenação do respectivo curso.

A elaboração do TCC deve estar em consonância com o regulamento da Pós-Graduação da UNIFEFE, Resolução CA nº 43/11, de 30 de novembro de 2011, onde constam as orientações e as normas para elaboração do artigo científico estão contidas no Regulamento da Revista da UNIFEFE.

4.5.3 Recursos físicos e materiais a serem utilizados:

- Local e Horário de Funcionamento: As aulas serão ministradas às segundas-feiras e terças-feiras, semanalmente na Unidade Corporativa UNIFEFE no Shopping Frei

Caneca. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e do horário de funcionamento. Porém, será definido com a turma.

- Instituições (salas de aula, laboratórios, etc.): Sala de aula equipada com projetor multimídia.

- Biblioteca (acervo bibliográfico): A instituição disponibilizará aos acadêmicos o acervo existente na Biblioteca da UNIFEBE em Brusque-SC. Obras indicadas pelos professores e que não constam na biblioteca deverão/poderão ser adquiridas pelos alunos.

4.5.4 Processo Seletivo

Inscrição para seleção: a seleção será feita pela média geral do histórico escolar do ensino médio.

Período: 01/02/2018 a 15/02/2017

Período de seleção: 22, 23 e 24/08/2015

Período de matrículas: 25 e 26/08/2015

Local: Site da UNIFEBE e Espaço UNIFEBE no Shopping Frei Caneca das 8h às 12h e das 13h às 22h.

Início do Curso: 05 de março de 2018.

Pré-requisitos para ingresso no curso:

Formulário de Inscrição;

Cópia do diploma do curso superior (frente e verso);

Cópia do histórico escolar do curso de graduação (frente e verso);

1 foto 3x4;

Cópia Carteira de Identidade;

Pagamento da taxa de inscrição.

5 RECOMENDAÇÕES