

**MBA em Gestão do Varejo com Ênfase em  
Supermercados - Florianópolis**

**MANUAL  
DO  
CANDIDATO**



Ingresso Outubro 2016

**Objetivos do Curso**

O MBA em Gestão do Varejo com Ênfase em Supermercados busca desenvolver profissionais que venham a gerenciar estrategicamente as operações em supermercados, buscando melhores resultados por meio da melhoria da gestão e da redução de perdas. Busca ainda desenvolver lideranças capazes de desenvolver negócios sustentáveis, baseado em decisões precisas, alavancadas por ferramentas modernas de gestão e organização de supermercados.

**Carga Horária e Duração**

O curso de **MBA em Gestão do Varejo com Ênfase em Supermercados** tem carga horária de 420 horas-aula, com duração de 04 semestres letivos, com encontros quinzenais, terças-feiras das 19h30 às 22h50 e nas quartas feiras das 8h00 as 17h00.

**Estrutura do Curso**

<b>Disciplina</b>	<b>Carga Horária (h/a)</b>
0. Seminário de abertura	15 horas/aula
1. Ambiente de Negócios e Estratégia Empresarial	30 horas/aula
2. Gestão de Marketing	15 horas/aula
3. Gestão de Operações no Varejo	30 horas/aula
4. Liderança e Gestão de Equipes no Varejo	30 horas/aula
5. Gestão de Produtos e Marcas	15 horas/aula
6. Gestão por Categorias	15 horas/aula
7. Gestão de Operações de Lojas	15 horas/aula
8. Gestão de Perdas e Controles de Estoques	15 horas/aula
9. Legislação Empresarial Aplicada ao Varejo	15 horas/aula
10. Comunicação e Estratégias de Promoção no Varejo	30 horas/aula
11. Gestão de Compras e Negociação	30 horas/aula
12. Logística e Escolha e Gestão de Ponto de Venda	15 horas/aula
13. Merchandising Estratégico	15 horas/aula
14. Gestão de Vendas e Multicanal	15 horas/aula
15. Formação e Gestão de Preços no Varejo	15 horas/aula
16. Processo Sucessório e Continuidade em Empresas Familiares	15 horas/aula
17. Finanças Aplicadas ao Varejo	30 horas/aula
18. Jogos de Negócios	30 horas/aula
19. Projeto de Conclusão de Curso	30 horas/aula
<b>Total</b>	<b>420 horas/aula</b>

## **0. Seminário de abertura**

Seminário de abertura com 4 palestras magnas abordando os seguintes temas:

1. Como o Marketing de Serviços pode gerar valor em operações de varejo;
2. Novas tendências no Varejo;
3. Desvendando o perfil do Shopper;
4. Estratégias em Trade Marketing como Diferencial Competitivo.

## **1. Ambiente de Negócios e Estratégia Empresarial (30 horas/aula)**

O objetivo desta disciplina é possibilitar ao aluno assimilação e ordenação do conhecimento sobre os processos de negócios, por meio do estudo e construção de cenários futuros, compreendendo a definição das empresas em relação aos diversos ambientes com os quais esta transaciona, dentro de um contexto globalizado. Serão apresentadas teorias, métodos, procedimentos e técnicas, visando uma melhor compreensão para subsidiar a tomada de decisão estratégica.

## **2. Gestão de Marketing (15 horas/aula)**

Esta disciplina visa apresentar e aprofundar os principais conceitos de marketing estratégico dentro de uma visão contemporânea e adequada ao mundo de negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto à compreensão do ambiente de marketing (análise de tendências, consumidor/comprador e concorrência) e a partir dela desenvolver estratégias de marketing (segmentação, posicionamento e marketing mix).

## **3. Gestão de Operações no Varejo (30 horas/aula)**

Compreender a gestão do varejo e introduzir as questões para a construção de cenários e análise de tendências do varejo e dos serviços; analisar questões fundamentais como: Mix de Produtos; Localização; Estratégias de Merchandising; Ações de Propaganda e Promoção no Varejo; Atendimento e serviços ao Consumidor; Apresentação, Layout e Exposição de Produtos; Precificação e Tributação no Mercado de Varejo e Serviços; e E-Commerce.

## **4. Liderança e Gestão de Equipes no Varejo (30 horas/aula)**

O objetivo da disciplina é permitir ao aluno compreender a importância das pessoas na implementação das estratégias das organizações e o poder da liderança eficaz na condução das equipes a um alto desempenho. O modelo de gestão de pessoas baseado em competências, desenvolvimento pessoal, práticas de feedback, completam o conjunto de temas abordados na disciplina.

### **5. Gestão de Produtos e Marcas (15 horas/aula)**

Avaliar os desafios que uma empresa enfrenta no gerenciamento de mix de produtos, categorias de produtos e marcas, compreender os principais estágios desse gerenciamento e como eles podem ser melhor administrados. Compreender como uma empresa varejista pode tomar decisões eficazes de gestão de produtos e entender o desenvolvimento de marcas próprias.

### **6. Gestão por Categorias (15 horas/aula)**

Desenvolver conhecimentos fundamentais na disciplina de Gerenciamento por Categorias (GC) apresentando os benefícios da implementação do GC em empresas varejistas. Serão abordados aspectos envolvendo o comportamento de compra do consumidor no ponto-de-venda, as interações entre fabricantes de produtos de consumo e varejistas e a metodologia utilizada para a implementação do GC nas empresas. Juntamente com os aspectos conceituais, serão apresentados exemplos práticos, propiciando ao aluno ferramentas para implementação do GC na sua empresa.

### **7. Gestão de Operações de Lojas (15 horas/aula)**

Habilitar o aluno a analisar e tomar decisões frente aos desafios típicos da gestão de operações em varejo, buscando a otimização do desempenho operacional adequando a capacidade da organização as demandas de mercado. Aborda ainda como criar vantagem competitiva por meio do papel estratégico das operações. Apresentar um enfoque aplicado tanto para o segmento de manufaturados quanto para serviços.

### **8. Gestão de Perdas e Controles de Estoques (15 horas/aula)**

A disciplina apresenta uma série de mecanismos e sistemas de controle para a eficaz gestão de perdas e controles de mercadorias, apresentando os principais riscos de perdas no varejo. Apresenta ainda as etapas e processos para a implantação de um sistema de controles de perdas no varejo.

### **9. Legislação Empresarial Aplicada ao Varejo (15 horas/aula)**

Aborda aspectos da legislação como a definição do modelo jurídico de empresa, figuras societárias e suas implicações, da conduta do varejista nas questões de segurança e furtos, bem como outros aspectos significativos ligados às práticas comerciais. Aborda ainda o Código de Defesa do Consumidor e suas implicações no varejo.

**10. Comunicação e Estratégias de Promoção no Varejo (30 horas/aula)**

Habilita o aluno a empregar os recursos promocionais e as estratégias para o uso do visual merchandising. Discute o planejamento da comunicação no PDV e o impacto dela no processo de decisão de compra. Pensa o varejo como um importante meio na construção de imagem e experiência. Avalia ainda ferramentas externas de comunicação e criação de marca, bem como a utilização das novas mídias pelo meio digital.

**11. Gestão de Compras e Negociação (30 horas/aula)**

A disciplina trata da gestão de compras e de fornecedores, modelos de compra internacionais e estratégias de negociação. Aborda as principais técnicas de negociação com o fim de obter melhores resultados nas negociações junto aos grupos de relacionamento. Inclui os diferentes tipos de negociação: bilateral x multilateral, barganha de posições, matriz ganha-ganha através do método Harvard de negociação.

**12. Logística e Escolha e Gestão de Ponto de Venda (15 horas/aula)**

Apresenta a necessidade da integração entre as áreas de compras e vendas para a correta adequação do Mix de Produtos em relação ao calendário promocional do varejo. Mostra os diferentes tipos de modais, suas características e aplicações nos mais diversos tipos de varejo e canais de venda. Apresenta ainda estratégias de decisão de ponto de venda relacionados ao posicionamento e demais estratégias de marketing da organização.

**13. Merchandising Estratégico (15 horas/aula)**

A disciplina aborda as teorias e práticas de Visual Merchandising aplicadas ao varejo, baseado em estudos do comportamento do shopper. Apresenta como tirar melhor proveito das diversas técnicas de Visual Merchandising (VM) e as tendências mundiais de VM.

**14. Gestão de Vendas e Multicanal (15 horas/aula)**

O objetivo da disciplina é proporcionar ao aluno conhecimentos para gerir a venda e a equipe de vendas, saber distinguir e elaborar um perfil de venda transacional e um relacional, o processo de desenvolvimento da equipe de vendas, sua liderança, desenvolvimento e avaliação e controle. Aborda ainda a gestão de venda nos mais diversos meios de contato com o consumidor (multicanal).

**15. Formação e Gestão de Preços no Varejo (15 horas/aula)**

Apresenta os fundamentos de finanças em relação a formação de preço no varejo, os conceitos e métodos de avaliação de margem bruta e margem líquida; demonstra as possíveis políticas financeiras de gestão de estoque no varejo, formas de promoção e estratégias de preço para manutenção do fluxo de caixa positivo.

**16. Processo Sucessório e Continuidade em Empresas Familiares (15 horas/aula)**

Apresenta as fases do planejamento de um processo sucessório na organização tratando de definições de critérios e regras para a aplicação do processo de maneira transparente e coerente. Aborda ainda os desafios para a correta implementação de um plano de sucessão familiar, bem como, os desafios que as famílias encontram no momento de implementar a sucessão.

**17. Finanças Aplicadas ao Varejo (30 horas/aula)**

Mostra os caminhos de apuração de resultados e instrumentos de avaliação da gestão de custos no varejo. Mostra o planejamento financeiro aplicado ao varejo e o alinhamento entre as estratégias de integração das áreas de compras-operações e logística. Revê os conceitos de análise dos demonstrativos financeiros como análise de balanço e do DRE (Demonstrativo dos Resultados do Exercício).

**18. Jogos de Negócios (30 horas/aula)**

Simular, por meio de um jogo de empresas, um mercado oligopolista, no qual empresas industriais atuam de maneira bastante competitiva e os participantes assumem o papel de diretores dessas empresas, como participantes ativos do processo decisório, oferecendo a oportunidade para a tomada de decisões em um ambiente empresarial simulado, em resposta a pressões dos concorrentes e a mudanças na conjuntura econômica.

**19. Projeto de Conclusão de Curso (30 horas/aula)**

Preparação de pré-projeto proposto contemplam os conceitos, metodologias e os instrumentos para a elaboração de um plano estratégico com foco em uma operação de varejo. O trabalho prevê a construção de um projeto, em todas as suas etapas, desde o diagnóstico, até a proposição final de um plano coerente de ações, com desdobramento estratégico e tático.

## 📌 Público-Alvo

Profissionais formados que atuam ou queiram atuar na gestão e administração de supermercados, ou ainda, profissionais com experiência de mercado, sem formação acadêmica, que queiram buscar um aprofundamento dos conceitos de gestão (esses podem acompanhar o programa de forma parcial, como alunos ouvintes).

## 📌 Processo Seletivo

Inscrições abertas até setembro de 2016.

## 📌 Pré-requisitos para Ingresso

O candidato deve primeiramente fazer sua inscrição através do link:

<http://processoseletivo.espm.br/inscricao/servlet/hwvcnd?3,16,2016,2,16>

## 📌 Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula

- 📌 Cópia autenticada do RG e CPF;
- 📌 Cópia do Diploma do Curso Superior *autenticada (ou cópia simples e o diploma original para autenticação na ESPM sem custo)*, com carga-horária mínima de 1600 horas e reconhecido pelo MEC, sendo que, na falta do mesmo será aceito, **temporariamente**, o Atestado/Declaração de Conclusão do curso emitido pela Instituição, ficando sob a responsabilidade do aluno a entrega posterior do referido diploma;
- 📌 Currículo;
- 📌 01 foto 3x4;
- 📌 Os candidatos estrangeiros ou formados no exterior devem apresentar documentos equivalentes. As cópias autenticadas do diploma (**consularizado pelo Brasil no país de origem, exceto França**) e do histórico escolar do Curso de Graduação devem ser acompanhadas de suas respectivas traduções juramentadas.
- 📌 Histórico escolar de graduação.

## Documentos Obrigatórios para Efetivação da Matrícula aluno ouvinte

Aqueles alunos que não tenham graduação poderão cursar o programa (ficando dispensado da entrega do TCC) como alunos ouvintes, recebendo ao final certificado de curso de extensão ESPM.

• Cópia autenticada do RG e CPF

• Currículo;

• 01 foto 3x4;

## Início das Aulas

Outubro de 2016.

## Período

Aulas quinzenais, terças-feiras das 19h30 às 22h50 e nas quartas feiras das 8h00 as 17h00.

## Local das Aulas

### ACATS – Associação Catarinense de Supermercados

Av. Osvaldo Rodrigues Cabral, 1570

Florianópolis - SC - CEP - 88015-710

(48) 3223.0174 - 3223.0428 Fax: (48) 3223.0396

## Investimento

### Associados:

24 x de R\$ 665,00 = R\$15.960,00

### Não associados:

24 x de R\$ 865,00 = R\$20.760,00

## Mais Informações:

### ESPM-SUL

Rua Guilherme Schell, 350 – Santo Antônio – Porto Alegre/RS.

Segunda a sexta-feira – 9h às 19h

Fone: 51- 3218.1426

[incompany-rs@espm.br](mailto:incompany-rs@espm.br)

[www.espm.br](http://www.espm.br)

### Instituto Dal

Luzia Fröhlich

Coordenação Educação Executiva SC

Fone: 47-3264.2000

[luzia@institutodal.com.br](mailto:luzia@institutodal.com.br)

[www.institutodal.com.br](http://www.institutodal.com.br)