

**MBA em Gestão do
Varejo
Ênfase em Supermercados
Chapecó**

Ingresso agosto de 2017

Informações:

Educação Executiva ESPM-SUL

incompany-rs@espm.br

Fone: (51) 3218-1426

Objetivos

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.

Público

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).

Carga Horária

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.

Período das aulas

Aulas quinzenais:

Sexta-feira das 19h30 às 22h50

Sábado das 8h às 17h



Estrutura do Curso

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
1. Gestão de Marketing	30 horas/aula
2. Gestão de Operações no Varejo	30 horas/aula
3. Liderança e Gestão de Equipes no Varejo	30 horas/aula
4. Gestão de Produtos e Marcas	15 horas/aula
5. Gerenciamento por Categorias	15 horas/aula
6. Gestão de Operações de Lojas	15 horas/aula
7. Gestão de Perdas e Controles de Estoques	15 horas/aula
8. Legislação Empresarial Aplicada ao Varejo	15 horas/aula
9. Comunicação e Estratégias de Promoção no Varejo	30 horas/aula
10. Gestão de Compras e Negociação	30 horas/aula
11. Logística e Escolha e Gestão de Ponto de Venda	15 horas/aula
12. Merchandising Estratégico	15 horas/aula
13. Gestão de Vendas e Multicanal	15 horas/aula
14. Formação e Gestão de Preços no Varejo	15 horas/aula
15. Processo Sucessório e Continuidade em Empresas Familiares	15 horas/aula
16. Finanças Aplicadas ao Varejo	30 horas/aula
17. Inovação e Empreendedorismo digital	30 horas/aula
18. Trabalho de Conclusão de Curso	60 horas/aula
Total	420 horas/aula

Detalhamento das disciplinas

Gestão de Marketing (30 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).

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.

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.

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.

Gerenciamento 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.

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. Apresenta um enfoque aplicado tanto para o segmento de manufaturados quanto para serviços.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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, avaliação e controle. Aborda ainda a gestão de venda nos mais diversos meios de contato com o consumidor (multicanal).

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.

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.

Finanças Aplicadas ao Varejo (30 horas/aula)

Mostra os caminhos de apuração de resultados e instrumentos de avaliação da gestão de custos no varejo. Pensa 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).

Inovação e Empreendedorismo digital (30 horas/aula)

Prepara os profissionais para um cenário dinâmico onde a inovação e a criatividade caracterizam cada vez mais a competitividade das empresas e marcas líderes. Proporciona aos participantes elementos que fundamentam o conceito de criatividade e inovação, desenvolvendo uma atitude empreendedora no que tange ao desenvolvimento de novos negócios ou novas estruturas organizacionais no ambiente digital.

Trabalho de Conclusão de Curso (60 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.

Matrícula

O candidato deve primeiramente fazer sua inscrição através do link:

[INSCREVA-SE AQUI](#)

Investimento

Associados: (25% de desconto)

Matrícula de R\$ 675,00 + 25 parcelas de 686,25

Não associados:

Matrícula de R\$ 900,00 + 25 parcelas de 915,00

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;

- Histórico Escolar de Graduação;
- 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.

Informações:

Educação Executiva ESPM-SUL
incompany-rs@espm.br

Fone: (51) 3218-1426

Instituto Dal

Luzia Fröhlich

Coordenação Educação Executiva SC

luzia@institutodal.com.br

Fone: 47-3264.2000