



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



## FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

<b>CÓDIGO:</b>	<b>COMPONENTE CURRICULAR:</b> Marketing de Serviços e de Varejo	
<b>UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE:</b> Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e Serviço Social		<b>SIGLA:</b> FACES
<b>CH TOTAL TEÓRICA:</b> 45 horas	<b>CH TOTAL PRÁTICA:</b> 15 horas	<b>CH TOTAL:</b> 60 horas

1. **OBJETIVOS**

Apresentar os aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas e de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

2. **EMENTA**

Evolução do varejo. Formatos e classificações do varejo. Sistema de informação de marketing no varejo. Segmentação e posicionamento mercadológico no varejo. Decisões do composto de marketing no varejo. Características e classificação dos serviços. O processo de prestação de serviços. Marketing de relacionamento e endomarketing. Estratégias de serviços. Decisões do composto de marketing nos serviços.

3. **PROGRAMA**

1. Evolução do varejo
2. Formatos e classificações do varejo
3. Sistema de informação de marketing no varejo
4. Segmentação e posicionamento mercadológico no varejo
5. Decisões do composto de marketing no varejo
6. Características e classificações dos serviços
7. O processo de prestação de serviços
8. Marketing de relacionamento e endomarketing

## 9. Estratégias de serviços

## 10. Decisões do composto de marketing nos serviços

4. **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Elsevier, 2009.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de varejo**. São Paulo: Atlas, 1992.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2000.

5. **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BOONE, L. E. **Marketing contemporâneo**. 12. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

CZINKOTA, M. et al. **Marketing: as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

KOTLER, P.; GARY A. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2007.

SANDHUSEN, R. **Marketing básico**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

UNDERHILL, P. **Vamos às compras: a ciência do consumo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999

6. **APROVAÇÃO**

Profa. Dra. Jussara Goulart da Silva  
Coordenadora do Curso de Administração  
Portaria SEI R. 1.180 de 30 de março de 2021

Profa. Dra. Edileusa da Silva  
Diretora da FACES  
Portaria SEI R nº 499/2018



Documento assinado eletronicamente por **Jussara Goulart Da Silva, Coordenador(a)**, em 02/11/2021, às 21:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Edileusa da Silva, Diretor(a)**, em 03/11/2021, às 08:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3030721** e o código CRC **669B088A**.