

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

**Ingresso março
de 2019**

acats

Associação Catarinense
de Supermercados

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, que queiram buscar um aprofundamento dos conceitos de gestão.

Carga Horária

O curso de *MBA em Gestão do Varejo com Ênfase em Supermercados* tem carga horária de 420 horas, com duração de 05 semestres letivos.

Período das aulas

Aulas quinzenais



Estrutura do Curso

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA (h-a)
1. Gestão de Marketing	24 horas
2. Gestão de Operações no Varejo	24 horas
3. Liderança e Gestão de Equipes no Varejo	24 horas
4. Gestão de Produtos e Marcas	12 horas
5. Gerenciamento por Categorias	12 horas
6. Gestão de Operações de Lojas	12 horas
7. Fundamentos de Marketing - Educação a Distância (EAD)	36 horas
8. Gestão de Perdas e Controles de Estoques	12 horas
9. Legislação Empresarial Aplicada ao Varejo	12 horas
10. Comunicação e Estratégias de Promoção no Varejo	24 horas
11. Gestão de Compras e Negociação	24 horas
12. Logística e Escolha e Gestão de Ponto de Venda	12 horas
13. Merchandising Estratégico	12 horas
14. Gestão de Vendas e Multicanal	12 horas
15. Fundamentos da Gestão Financeira - Educação a Distância (EAD)	36 horas
16. Formação e Gestão de Preços no Varejo	12 horas
17. Processo Sucessório e Continuidade em Empresas Familiares	12 horas
18. Finanças Aplicadas ao Varejo	24 horas
19. Inovação e Empreendedorismo Digital	24 horas
20. Trabalho de Conclusão de Curso	60 horas

Total

420 horas/aula

Detalhamento das Disciplinas

Gestão de Marketing - 24 horas

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 - 24 horas

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 - 24 horas

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 - 12 horas

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 - 12 horas

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 - 12 horas

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.

Fundamentos de Marketing - Educação a Distância (EAD) - 36 horas

Proporciona a compreensão dos fundamentos e conceitos de marketing. Aborda os tópicos relevantes de um plano de marketing. Possibilita ao aluno identificar quais fatores do ambiente de marketing podem afetar os negócios de uma organização e conhecer as estratégias e o composto de marketing necessários para a obtenção dos resultados esperados.

Gestão de Perdas e Controles de Estoques - 12 horas

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 - 12 horas

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 - 24 horas

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.

Gestão de Compras e Negociação - 24 horas

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 - 12 horas

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 - 12 horas

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 - 12 horas

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).

Fundamentos da Gestão Financeira (EAD) - 36 horas

A disciplina visa facilitar a aquisição e ordenação dos conceitos básicos de finanças empresariais envolvendo conceitos relacionados ao valor do dinheiro no tempo, tais como o valor presente, o valor futuro, as taxas e as prestações uniformes. A abordagem trata, também, da estrutura e do significado dos demonstrativos financeiros do balanço patrimonial, da demonstração de resultados e do fluxo de caixa e dos indicadores financeiros de liquidez, endividamento e rentabilidade.

Formação e Gestão de Preços no Varejo - 12 horas

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 - 12 horas

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 - 24 horas

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).

Inovação e Empreendedorismo Digital - 24 horas

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

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

Não associados:

Matrícula de R\$ 900,00 + 25 parcelas de R\$ 1.249,20

Condição Especial de 25% de desconto para associados ACATS

Matrícula de R\$ 675,00 + 24 parcelas de R\$ 936,91 + 1 parcela de R\$ 936,85

*****O pagamento da 1ª parcela será em boleto, que confirmará a vaga do aluno no programa e terá vencimento no momento da inscrição no programa. As demais parcelas terão vencimento a partir do dia 10 do início do curso. As parcelas são fixas e não possuem reajustes anuais.

Início das aulas

Março de 2019

Local

Florianópolis/SC

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;

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