

**MESTRADO PROFISSIONAL EM EMPREENDEDORISMO  
DISCIPLINA EAP5036 – GESTÃO DE VAREJO (4 CRÉDITOS)  
PROF. DR. MARCOS R. LUPPE [mluppe@usp.br](mailto:mluppe@usp.br) - EACH/USP  
1º. SEMESTRE 2024**

**I - OBJETIVOS:**

- a) Compreender a dinâmica do setor varejista, assim como o ambiente competitivo das empresas inseridas nesse setor.
- b) Discutir aspectos estratégicos da gestão do varejo, focando principalmente a sua aplicação à realidade empresarial brasileira e ao novo momento do mercado.
- c) Debater as principais tendências do varejo no Brasil e no mundo.
- d) Desenvolver uma maior capacidade de compreender, explicar e prever os sistemas de gestão de varejo em geral.
- e) Identificar e manter-se atualizado sobre os temas emergentes que vem despertando o interesse dos pesquisadores nas áreas de Varejo.
- f) Analisar, sob a ótica do pensamento científico, artigos recentes e clássicos sobre Varejo, com o objetivo de exercitar os fundamentos e os métodos para o desenvolvimento do conhecimento e da construção teórica.
- g) Desenvolver maior capacidade de análise e produção do conhecimento em temas ligados ao Varejo em geral.

**II – METODOLOGIA:**

O programa da disciplina será desenvolvido com a exposição de conceitos pelo docente, palestras com especialistas convidados, discussões com os alunos, exemplos de empresas do segmento e a elaboração de um estudo de caso (modelo caso de ensino) relacionado ao Varejo.

A metodologia do curso está apoiada em intenso trabalho de pesquisa, leitura e análise a ser realizado pelos(as) alunos(as) nas áreas de Varejo. A participação contínua e a dedicação do(a) aluno(a), tanto em classe como extraclasse, é componente fundamental dos métodos de ensino utilizados.

O processo de aprendizagem está centrado no **envolvimento proativo do(a) aluno(a)**, que participará no trabalho de identificação de artigos e pesquisas (acadêmicas e gerenciais), e na assimilação, com uma visão crítica, dos vários temas e conceitos ligados ao Varejo.

Cada aula estará estruturada da seguinte forma: apresentação de conceitos relacionados aos temas da aula pelo professor ou convidado, apresentação dos textos de leitura obrigatória + cases por dois grupos de alunos(as) e discussão das apresentações com os(as) alunos(as).

O professor estará trabalhando para proporcionar orientação, aconselhamento e avaliação para que os participantes atinjam seus objetivos o mais efetivamente possível. O atendimento e assessoramento ocorrerão sempre que possível durante as aulas e extraclasse em reuniões agendadas ou por meio eletrônico.

### **III - PROGRAMAÇÃO DAS AULAS E CONTEÚDO:**

DATA		TEMA DA AULA	LEITURAS	APRES.
1	06/03	1 - Apresentação da disciplina e definição dos grupos de trabalho 2 - Apresentação dos alunos 3 - Apresentação externa: Insights e tendências do varejo abordados na NRF 2024	Conforme o Moodle	Luppe + Patricia Cotti (convidada)
2	13/03	- Pilares e Dinâmica do Varejo: um panorama global e nacional - Aceleração Digital no Varejo	Conforme o Moodle	Grupo 1 Apresentação + Grupo 2 Cases
3	20/03	- Digitalização da Jornada do Consumidor - Omnichannel / Unified Commerce	Conforme o Moodle	Grupo 2 Apresentação + Grupo 3 Cases
4	27/03	Lojas Físicas como HUB	Conforme o Moodle	Grupo 3 Apresentação + Grupo 4 Cases
5	03/04	- Dados, Inteligência Artificial e Tecnologias Emergentes	Conforme o Moodle	Grupo 4 Apresentação + Grupo 5 Cases
6	10/04	Transformação Digital no Varejo	Conforme o Moodle	Grupo 5 Apresentação + Grupo 6 Cases
7	17/04	- Retail Media - Novos Canais e Modalidades de Venda: Social Commerce Live Commerce Subscription	Conforme o Moodle	Grupo 6 Apresentação + Grupo 7 Cases
8	24/04	- Consumo consciente / DE&I no Varejo - Resale Market  - Apresentação individual (caso de ensino – 5 minutos)	Conforme o Moodle	Grupo 7 Apresentação + Grupo 1 Cases
03/06		Entrega do trabalho final		

#### **IV - O QUE É ESPERADO DO ALUNO:**

Para ter sucesso na disciplina o aluno deverá:

1. Realizar a leitura prévia dos textos obrigatórios indicados pelo professor antes da aula (todos os alunos).
2. Participar das discussões em classe (todos os alunos).
3. Elaborar (1º grupo) uma **apresentação** sobre os **textos obrigatórios indicados** da semana com **duas a três perguntas para debate**. O grupo pode incluir outros trabalhos que julgar interessante para o tema da aula na apresentação. É essencial a inclusão das referências bibliográficas no ppt.
4. Elaborar (2º grupo) uma seleção de casos/exemplos de empresas nacionais e internacionais para contribuir com a temática da aula.
5. Redigir um texto com os principais conceitos e aprendizados obtidos na aula. A entrega individual deve ser realizada no E-disciplinas (antes da aula).
  - a. Os grupos que realizarem as apresentações devem fazer o upload das mesmas no e-disciplinas (até no dia seguinte da aula).
6. Desenvolver um caso de ensino de uma empresa relacionada ao varejo brasileiro ou mundial como trabalho de conclusão da disciplina (atividade individual).
  - a. O formato do caso de ensino será baseado nos modelos do Semead/FEA-USP,Clav / FGV e Enanpad.

#### **IV - SISTEMA DE AVALIAÇÃO:**

A avaliação da disciplina será composta por 3 elementos:

- Frequência, interesse e participação em sala de aula (25%)
- Apresentação de seminários e estudos de casos (25%)
- Trabalho final: caso de ensino em Gestão de Varejo (50%)

#### **V - BIBLIOGRAFIA:**

Seguem alguns livros, artigos e relatórios para referência dos temas das aulas. As leituras obrigatórias e complementares referentes a cada aula serão apresentados detalhadamente no E-disciplinas (ambiente Moodle).

ANGELO, C.F.; NIELSEN, F.A.G.; FOUTO, N.M.M.D. Manual de Varejo no Brasil. São Paulo: Saint Paul Editora, 2012.

BERMAN, B.; EVANS, J.R. Retail management: a strategic approach. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2017.

CHARAN, R.; YANG, J. O sistema Amazon: descubra o método de gestão que pode trazer resultados extraordinários para você e sua empresa. Planeta Estratégia, 2021.

DART, M.; LEWIS, R. Retail's Seismic Shift: how to shift faster, respond better and win customer loyalty. New York: St. Martin's Press, 2017.

DELOITTE. Global Powers of Retailing 2023 - Disponível: <<https://www.deloitte.com/global/en/Industries/consumer/analysis/the-global-powers-of-retailing.html>>. Acesso em 10 fev 2024.

FADER, P.; TOMS, S.E. The Customer Centricity Playbook: implement a winning strategy driven by customer lifetime value. Philadelphia: The Wharton School Press, 2018.

GREWAL, D., ROGGEVEEN, A.L.; NORDFALT, J. The future of retailing. Journal of Retailing, v.93, n.1, p.1-6, 2017.

GREWAL, D. et al. Retailing in today's world: Multiple channels and other strategic decisions affecting firm performance. Journal of Retailing and Consumer Services, v.34, p.261-263, 2017.

KAHN, B. The Shopping Revolution: how successful retailers win customers in an era of endless disruption. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2018.

KUMAR, V.; ANAND, A.; SONG, H. Future of Retailer Profitability: an organizing framework. Journal of Retailing, v.93, n.1, p.96-119, 2017.

**LEVY, M., WEITZ, B.A.; GREWAL, D. Retailing Management. 10th ed. New York: McGrawHill Education, 2018.**

LEWIS, R.; DART, M. The New Rules of Retail: competing in the world's toughest marketplace (2nd ed). New York: Palgrave Macmillan, 2014.

MACKEY, J.; SISODIA, R. Capitalismo consciente: como libertar o espírito heroico dos negócios. São Paulo: Alta Books, 2018.

MYERSON, P. Omni-Channel Retail and the Supply Chain: working together for a competitive advantage. Productivity Press, 2020.

PARENTE, J.; BARKI, E. Varejo no Brasil: gestão e estratégia. 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

SALDANHA, T. Why Digital Transformations Fail: the surprising disciplines of how to take off and stay ahead. California (EUA): Berrett-Koehler, 2019.

SERRENTINO, A. Varejo e Brasil: reflexões estratégicas. 2ª ed. São Paulo: [s.n.], 2016.

Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo – SBVC. (2023). 300 maiores empresas do varejo brasileiro - 2023. Disponível em: < <https://sbvc.com.br/9a-ed-ranking-300-maiores-empresas-do-varejo-brasileiro-2023-sbvc/>>. Acesso em: 30 set 2023.

STEPHENS, D. Reengineering Retail: the future of selling in a post-digital world. Vancouver (Canada): Figure 1 Publishing, 2017.

STEPHENS, D. Resurrecting Retail: The Future of Business in a Post-Pandemic World. Vancouver (Canada): Figure 1 Publishing, 2022.

**TERRA, E. Varejo, Transformação Digital e Pandemia – um panorama das mudanças estratégicas do setor e do que o futuro digital nos trará. São Paulo: Literare Books, 2022.**

ZAKKOUR, M.; DUDARENOK, A. G. New Retail: born in China going global. Hong Kong: Alarice International, 2019.

ZENG, M. Alibaba: estratégia de sucesso. São Paulo: M.Books Editora, 2019.