



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

DISCIPLINA: Gestão de Varejo	
Vigência: a partir de 2019/2	Período Letivo: 6º semestre
Carga horária total: 30 h	Código:
Ementa: Estudo do processo de compras e controle de estoque no varejo de moda. Visual Merchandising no ponto de venda, interiores comerciais e vitrinas.	

Conteúdos

UNIDADE I –Varejo de Moda

- 1.1 Tipos de varejo de Moda
- 1.2 Compras, planejamento e consumo no varejo de Moda
- 1.3 Decisões de compras através do mix de produto
- 1.4 Política de preços e promoções

UNIDADE II– Visual Merchandising

- 2.1 Princípios básicos do design no planejamento do espaço
- 2.2 Percepções e estímulos no ponto de venda
- 2.3 Visual Merchandising em pequenas lojas
- 2.4 Visual Merchandising em cadeia de lojas
- 2.5 Funções do Visual Merchandiser

UNIDADE III– Interiores Comerciais

- 3.1 Disposição de produtos
- 3.2 Expositores
- 3.3 Sinalização e Etiquetagem

UNIDADE IV - Vitrine

- 4.1 Função das vitrinas
- 4.2 Planejamento de vitrinas
 - 4.2.1 Calendário de vendas
 - 4.2.2 Controle, qualidade e manutenção
- 4.3 Composição das vitrinas
 - 4.3.1 Conceitos, temas e esquemas
 - 4.3.2 Cor
 - 4.3.3 Comunicação visual
 - 4.3.4 Manequins

Bibliografia básica

BAILEY, Sarah, & BAKER, Jonathan. **Moda e Visual Merchandising**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CÔNSOLI, Matheus Alberto; ANGOTTI, Leandro Guissoni; D'ANDREA, Rafael. **Shopper Marketing** – a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2001.

MORGAN, Tony. **Visual Merchandising** - vitrines e interiores comerciais. Barcelona: Gustavo Gili, 2011.



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

Bibliografia complementar

COSTA, Eduardo Ferreira. **Comprador de moda**. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.

DILLON, Susan. **Princípios de gestão de negócios de moda**. Tradução: Márcia Longarço. São Paulo: GG Moda, 2012.

FAERM, Steven. **Curso de design de moda**: princípios, práticas e técnicas. São Paulo: Editorial Gustavo Gili, 2012.

KALIL, Gloria. **Fashion Marketing**: relação da moda com o mercado/organização. São Paulo: SENAC SÃO PAULO, 2010.

LOURENÇO, Fatima; SAM, Jose Oliveira. **Vitrine**: veículo de comunicação e venda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.