

Disciplina:	PROMOÇÃO DE VENDAS E MERCHANDISING
Código:	HT/OC278 -
Curso:	Comunicação Social – habilitação: PUBLICIDADE E PROPAGANDA
Pré-requisito:	NÃO TEM
Natureza:	Semestral (X) Anual ()

Carga horária: Aulas teóricas: 02 horas-aula Aulas práticas: 00 horas-aula	Total: 20 horas-aula Créditos: 02 (DOIS)
--	---

OBJETIVOS:

- POR SER UMA DISCIPLINA OPTATIVA ELA VEM CONCEITUAR MELHOR ESSAS FERRAMENTAS NO MARKETING MIX

EMENTA:

- Conceituação. O espaço da promoção de vendas e do merchandising no composto promocional mercadológico. Estratégias de comunicação e promoção de vendas. Persuasão. Promoção institucional. Tipos de merchandising. Planejamento promocional sistêmico. Projeto: montagem, orçamento, cronograma, objetivos, estratégias, táticas e técnicas.

PROGRAMA:

- Conceitos: a) promoção de vendas
b) merchandising
- Promoção de vendas e merchandising como atividades do marketing mix que visam ação de compra.
- Tipos de merchandising
- Tipos de promoções de vendas
- Calendário promocional (tipos de reflexões)
- O ponto de vendas – como planejar a melhor visualização do produto.
- A promoção de vendas – planejamento a médio e longo prazo, uma força maior na eficácia destas ações.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS:

- Demonstração de cases através de trabalhos onde os alunos contemplam diversos tipos de ações de merchandising e promoção de vendas no varejo, preferencialmente supermercados, shopping centers e varejo localizado.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

- Trabalhos e exercícios em sala de aula. Trabalhos fotográficos exemplificando e

diagnosticando casos de ações promocionais e merchandising.

- Trabalho final; realização de planejamento promocional de merchandising

BIBLIOGRAFIA MÍNIMA:

- SILVA, Adriana C. **Branding e design: identidade no varejo**. Rio de Janeiro: Books, 2002.
- SEMENIK, Richard J.; BAMOSSY, Gary J. **Princípios de marketing – uma perspectiva global**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2000.
- Revista About
- Revista Varejo
- Revista Marketing
- Revista Mercado Global