



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

*Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo*



## PÓS GRADUAÇÃO GESTÃO DE VAREJO OCEPAR



## RESUMO EXECUTIVO

**Junho, 2015**

## PÓS GRADUAÇÃO GESTÃO DE VAREJO OCEPAR

### 1. Apresentação

O curso **Pós Graduação em Gestão de Varejo** OCEPAR prepara o profissional para uma série de possibilidades de atuação, ou seja, desenvolve bases conceituais amplas, assim como fortalecer suas competências de gerenciamento nesse segmento, por meio de conhecimentos teóricos e práticos sobre os principais temas relacionados ao setor.

Irá contemplar **Projetos Campo de Aplicação** (PCAs) e estudos independentes liderados por professores da Universidade Positivo em parceria com o Laboratório de Varejo e proporcionará aos alunos oportunidades interessantes de projetos e estudo de caso com empresas varejistas para resolver os problemas do mundo real.

### 2. Objetivos

O objetivo do curso é fornecer ferramentas conceituais e práticas básicas para o gestor de varejo atuar no mercado de trabalho. Neste contexto o curso equipará o profissional com subsídios que abrangerão desde a administração do negócio, gestão de pessoas, estoque, visual merchandising, embalagens, marcas, gestão de indicadores, gestão financeira e processos.

Para atingir este objetivo o curso buscará embasar de maneira sistemática o processo de gestão do varejo e demonstrará algumas ferramentas de análise e suporte.

### 3. Público-alvo

Profissionais do varejo de bens e serviços;  
Empresários do setor varejista;

### 4. Data de início, local de realização e periodicidade

Julho ou Agosto 2015

OCEPAR Cascavel

Encontros quinzenais (6ª tarde, 6ª noite e Sábado manhã – 15 horas)

## 5. Metodologia

Baseadas no método construtivista

40% conteúdos teóricos

60% aulas práticas, estudos de caso e laboratório

Células de aprendizagem e Estudos de Caso

## 6. Estrutura Curricular

Disciplina	Carga Horária	Módulo
Gestão Estratégica	15	Núcleo Formação em Gestão
Gestão Financeira	15	Núcleo Formação em Gestão
Gestão de Marketing	15	Núcleo Formação em Gestão
<b>Total Formação em Gestão</b>	<b>45 horas</b>	
Liderança de Equipes, Sistemas de Incentivo e Motivação	30	Núcleo Formação Específica
Gerenciamento por Categorias	30	Núcleo Formação Específica
Promoção de Vendas, Merchandising e Store Layout	30	Núcleo Formação Específica
Tecnologia da Informação como suporte a gestão	30	Núcleo Formação Específica
Embalagens e Marcas	30	Núcleo Formação Específica
Gestão Prevenção de Perdas, Riscos e Crise	30	Núcleo Formação Específica
Gestão de Canais, Omnichannel, Mercado de Varejo e Mix Marketing	30	Núcleo Formação Específica
Comportamento do Consumidor, Localização Comercial e Geografia do consumo	30	Núcleo Formação Específica
Previsão de Demanda e Planejamento de Vendas	30	Núcleo Formação Específica
<b>Total Formação Específica</b>	<b>270 horas</b>	
Fórum de Abertura: "Ambiente Econômico Global"	15	Núcleo de Formação Básica
Workshops e Ações Networking	15	Núcleo de Formação Básica
Visita Técnica Laboratório de Varejo	15	Núcleo de Formação Específica
Trabalho de Conclusão de Curso	60	TCC – Trabalho Conclusão de Curso
<b>Total Atividades Complementares</b>	<b>105 horas</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>420 horas</b>	

## Proposta Módulo Eventos Especializados - Optativas

Atividade de Extensão optativa - Participação Congresso Latino Americano do Varejo
Atividade de Extensão optativa - Visita Guiada Feira NRF - National Retail Federation 2016
Atividade de Extensão optativa - Visita Guiada Feira ICSC Recon Latin American
Atividade Retail Tour optativa – Visita Guiada São Paulo – ESPM
Atividade Seminário FOCO Sebrae optativa – Integração APL arranjo produtivo local com o varejo
Atividade Visita Técnica Laboratório de Varejo – Universidade Positivo - Curitiba



**Laboratório de Varejo – Universidade Positivo – Curitiba – PR**

## 7. Número de participantes

25 alunos



## 8. Carga horaria total

420 horas

## 9. Professores

Módulo/Disciplina	Professores
<b>Formação em Gestão</b>	
1 - Gestão Estratégica	Tomas Sparano Martins
2 - Gestão Financeira	André Paes
3 - Gestão de Marketing	Sady Pezzi
<b>Formação Específica</b>	
1 - Liderança de Equipes, Sistemas de Incentivo e Motivação	Fabíola Paes
2 – Gerenciamento por Categoria	Ellen Lopes
3 – Promoção de Vendas, Merchandising e Store Layout	Cristiani T Rossetto Basso
4 - Tecnologia da Informação como suporte a gestão	Adriano Dela Coletta
5 – Embalagens e Marcas	Fabio Mestriner
6 - Gestão Prevenção de Perdas, Riscos e Crises	Antonio Novaes
7 - Gestão de Canais, Omnichannel, Mercado de varejo e Mix marketing	Ricardo Pastore
8 - Comportamento do Consumidor, localização comercial e geografia do consumo	Julio Macedo Elio Silva
9 – Previsão de Demanda e Planejamento de Vendas	Charles Julio Figueiredo
<b>Fórum de Abertura: “Ambiente Econômico Global”</b>	Eugênio Stefanelo
<b>Workshops e Ações de Networking</b>	Renato Marchetti Juracy Parente Tejon
<b>Trabalho de Conclusão de Curso</b>	



## 10. Conteúdo proposto

Módulo/Disciplina	CH	Conteúdo
<b>Formação em Gestão</b>	<b>45</b>	
1 - Gestão Estratégica	15	<p><b>Ementa:</b> trata dos conceitos de administração e de gestão estratégica em organizações, analisando o processo de concepção e implantação da estratégia por meio de três grandes etapas: análise, formulação e implantação.</p> <p><b>Objetivo:</b> proporcionar reflexões e possibilitar a aplicação de modelos, por meio da identificação de conceitos fundamentais na área de gestão estratégica quanto a sua relação com o processo de formulação de um plano de gestão que contemple os níveis estratégico, tático e operacional.</p>
2 - Gestão Financeira	15	<p><b>Ementa:</b> trata das decisões de investimento e financiamento, bem como a análise dos principais indicadores financeiros e suas implicações no planejamento do futuro da empresa.</p> <p><b>Objetivo:</b> apresentar aos alunos uma visão panorâmica da administração financeira empresarial. Ao final da disciplina, espera-se que os alunos tenham condições de entender a linguagem financeira, de reconhecer a relevância das decisões financeiras para o sucesso da empresa, bem como de saber o que influencia as decisões financeiras, e os reflexos dessas decisões.</p>
3 - Gestão de Marketing	15	<p><b>Ementa:</b> compreende as diferentes noções de marketing, com ênfase no marketing empresarial; as principais formas de relacionamento entre a empresa e o cliente, e os elementos necessários para a compreensão de modelos de análise, não só do ambiente de marketing, como também do comportamento dos consumidores, analisando ainda a ideia de segmentação do mercado e o conceito de posicionamento de produto.</p> <p><b>Objetivo:</b> tratar das ações de marketing e da integração de esforços mercadológicos em busca da satisfação dos clientes e do aprimoramento do relacionamento com a clientela.</p>
<b>Formação Específica</b>	<b>240</b>	
1 - Liderança de Equipes, Sistemas de Incentivo e Motivação	30	<p><b>Ementa:</b> compreende os processos de agregação e convivência, alocação e posicionamento das pessoas frente às atividades do varejo, desenvolvimento das pessoas por meio da aprendizagem e processos de mudança, manutenção das pessoas na organização e</p>



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

		monitoração das pessoas que trabalham na organização. Explicitar e dispor o aluno os diferentes conceitos e aplicabilidade dos sistemas de incentivo e motivação empresarial, a identificação e classificação dos fatores motivacionais, o desenvolvimento de planos de incentivos e elaboração de indicadores que mensurem o desempenho e alcance dos objetivos e sucesso com especialidade nas práticas do varejo.
2 – Gerenciamento por Categoria	30	<b>Ementa:</b> abordar o estudo do gerenciamento de categorias como uma das técnicas utilizadas no merchandising de um ponto de venda. Tem como finalidade organizar a estrutura de localização dos produtos dentro do ponto de venda, com base na categoria de cada produto bem como o comportamento dos compradores, procurando atender as necessidades dos clientes como um todo.
3 – Promoção de Vendas, Merchandising e Store Layout	30	<b>Ementa:</b> abordar o estudo sobre o conceito, uso e importância do Visual Merchandising como forma de comunicação direta com seu público-alvo, auxílio na criação de identidade visual, de conceito de marca, gerando vendas e ajudando a tornar marcas fortes em lojas de Varejo. Abordar sobre os vários elementos que compõem o Visual Merchandising e suas técnicas (disposição de produtos e suas vantagens, pontos principais a serem observadas em uma exposição, áreas negativas, áreas positivas, técnicas para exposição de produtos, arrumação em gôndola, locais para exposição, dicas para exposição, vitrinismo).
4 - Tecnologia da Informação como suporte a gestão	30	<b>Ementa:</b> abordar o conceito sobre TI suportando operações de varejo, novas tecnologias aplicadas, sistemas básicos e indispensáveis no varejo.
5 – Embalagens e Marcas	30	<b>Ementa:</b> Compreender a importância da embalagem. Tipos de embalagens. Escolha da embalagem e estabilidade dos alimentos. Legislação
6 - Gestão Prevenção de Perdas, Risco e Crises	30	<b>Ementa:</b> capacitar os alunos para a aplicação das práticas e conceitos do gerenciamento de processos na prevenção de perdas e aplicá-los em seus negócios. Apresentar a introdução à Cultura e conceitos planejamento, bases de sustentação da Prevenção de Perdas (Pilares), processos, pessoas e tecnologia, furto interno, principais ações executadas, tecnologias utilizadas na prevenção de perdas (produtos, relatórios de exceção, análise de Banco de Dados), indicadores e medidores de desempenho e controle. Compreender visões e estratégias essenciais sobre gestão de risco e crises no ambiente do varejo. Analisar os diversos



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

		componentes de uma negociação e suas inter-relações, de modo a proporcionar maior sensibilidade para a escolha das táticas mais adequadas a cada situação de negociação e conflito
7 - Gestão de Canais, mercado de varejo e mix marketing	30	<b>Ementa:</b> consiste em apresentar o conceito e práticas de mercado da tendência omni-channel, grande desafio para o varejo no contexto atual, proporcionar uma experiência única ao cliente com a marca e não com o ponto de contato. Trata do conceito de marketing um a um; como conquistar e manter clientes na era da interatividade e Customer Relationship Management. Apresentar ao aluno os aspectos relacionados à gestão da marca, ciclo de vida do produto, mix de produtos, mix Shopping Center, embalagem design de produto e lançamento de novos produtos.
8 - Comportamento do Consumidor, Localização Comercial e Geografia do Consumo	30	<b>Ementa:</b> aborda como indivíduos, grupos e organizações selecionam, compram, usam e dispõem de bens, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos no varejo. Aborda também, as pressões que influenciam as decisões de compras, e como tanto os membros do mercado quanto os gerentes de marketing reagem a essas pressões. Apresenta as estratégias decisórias na definição da localização comercial e aspectos da geografia do consumo que influenciam a tomada de decisão dos negócios varejistas.
9 – Previsão de Demanda e Planejamento de Vendas		<b>Ementa:</b> aborda os principais conceitos de previsão de Demanda: Padrões de Demanda, Previsão e Planejamento, Processo de Previsão, Métodos de Previsão Para os Modelos Constante, Linear e Sazonal, Variância e Controle do erro de previsão. Estrutura de Planejamento nas Organizações. Planejamento Agregado: Importância, Estratégias e Modelos Matemáticos. Programa Mestre. Demanda Dependente do Programa Mestre. Planejamento das Necessidades de Materiais (MRP). Lista de Materiais. Interfaces Funcionais. Desenvolvimento de Programa Mestre. Registros de Estoque. Just in Time: Características, Sistema Kanban, Just in Time em Serviços, Sistema de Gerenciamento de Materiais. Sequenciamento de Produção e programação da produção de Curto Prazo. Ambiente de vendas; Evolução da Administração de Vendas; Venda pessoal; Planejamento de vendas: Demanda de mercado, previsão e orçamento de vendas, segmentação de mercado e distribuição; Organização de vendas: Estruturas de ativação de mercado comunicação, documentação; Desenvolvimento da força de vendas:



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

*Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo*

		Indicadores de performance dos motores de produtividade. Controles de resultados de vendas: Indicadores de resultados dos esforços em vendas.
Trabalho de Conclusão de Curso	60	<b>Ementa:</b> o trabalho de conclusão de curso consiste em uma atividade obrigatória, que possibilita a articulação do conhecimento teórico e prático, assim como oportuniza a integração entre a formação especializada e a realidade do mercado, por meio de pesquisas e ações correlacionadas com as demandas das organizações.

## 11. Bibliografia

BERMAN, R Barry, EVANS R Joel. **Retail Management: A Strategic Approach**. 12ª edição. Person, 2012.

PARENTE, Juracy; BARKI Edgard. **Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia**. São Paulo: Editora Altas, 2014.



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

## 12. Corpo docente

Professor Nome	Currículo Resumido
<p data-bbox="240 696 555 730">Tomas Sparano Martins</p> 	<p data-bbox="667 658 1439 1077">É especialista, mestre e doutor em Administração Estratégica pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Atualmente desenvolve pesquisa na área de Estratégia, mais especificamente em Capacidades Dinâmicas, no setor hoteleiro. É o administrador da Phil Young Administração e Participações, holding que controla as escolas Phil Young's. É professor na área de Estratégia nos cursos de pós-graduação da UP. Escreveu diversos artigos acadêmicos na área, além dos seguintes livros: Administração e Planejamento Estratégico (2006, 2008 e 2011), Finanças Pessoais (2009), Incrementando a Estratégia: uma Abordagem do Balanced Scorecard (2010) e Planejamento Estratégico Orçamentário (2011).</p>
<p data-bbox="323 1167 472 1200">André Paes</p> 	<p data-bbox="667 1090 1439 1617">Mestre em Logística aplicada à Produção pela COPPE-UFRJ, MBA em Engenharia Econômica e Administração Industrial pela COPPE-UFRJ, Engenheiro Civil pela UFRJ. Diretor de Produtos e Estratégia da Infinity Asset Management. Professor de cursos de MBA em Finanças, Mercado Financeiro e de Capitais, Finanças Corporativas da Universidade Positivo e outras instituições de ensino. Ministra várias palestras em empresas, várias Instituições, Fundos de Pensão, Institutos de Previdência ao redor do Brasil nos temas relacionados a finanças e mercado financeiro e cenários e estratégias de investimentos, foi consultor de fundos de pensão e institutos de previdências nas áreas de estratégias de investimentos, vários artigos publicados no jornal valor econômico, gazeta mercantil, revistas e publicações das áreas e durante 8 anos falou na rádio CBN no momento econômico.</p>



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

Sady Pezzi



Pessoal: Micro Empresário, Engenheiro Civil e Administrador, Professor de Pós.

Profissional: Trabalhou em empresas de diversos portes e segmentos, nas áreas: comercial, engenharia civil e marketing. Na gestão de projetos de grande escopo, no planejamento estratégico (BSC) DASA DIAGNÓSTICOS DA AMÉRICA SA, no acompanhamento e implementação de projetos de qualidade (ISO-9000 / 2000, Serviço Total, Quality Care, Ford Mobility, QCP) FORD MOTOR COMPANY, reposicionamento mercadológico, no treinamento e desenvolvimento de equipes de alta performance GRAND HOTEL RAYON. Acompanhamento Técnico e Financeiro de obras civis em diversas cidades brasileiras WDS Participações. Conselheiro Editorial na área de Administração da Editora Juruá desde 2004, parecerista do EAD Universidade Positivo desde 2013. Coautor do Livro Gestão de Marketing para Organizações do Terceiro Setor em 2003. Diversos artigos publicados em Revistas e Jornais.

Atualmente é professor de Pós graduação na Universidade POSITIVO, entre outras.

Facilitador de Cursos In Company para a UNIVEB.

Membro do Instituto de Engenharia do Paraná. Membro do CREA 84.785/DPR.

Fabíola Paes



Mestranda em inovação e desenvolvimento de tecnologia pelo Instituto LACTEC linha de pesquisa Omnichannel, possui MBA em Marketing com ênfase em gestão de vendas pela FGV – SP e graduação em Administração de empresas pelo Centro Universitário da Cidade - RJ. Atualmente é coordenadora do laboratório de varejo da Escola de Comunicação e Negócios da Universidade Positivo, consultora especialista em varejo, palestrante e professora titular na graduação do Centro Tecnológico Positivo dos cursos gestão comercial, varejo, marketing e processos gerenciais. Atuou como Gestora de Inteligência e Negócios na área de Desenvolvimento de Negócios na Universidade Positivo. Tem experiência na gestão de varejo com sete anos de atuação na gestão comercial, gestão de pessoas, gestão de processos, visual merchandising, projetos, trademarking e treinamentos atuando em empresa de grande porte, médio porte e multinacional. Atuou durante 5 anos como gerente de operações no varejo de moda na multinacional C&A Modas, atuou como supervisora regional na Capoani no mercado de luxo e como gerente de vendas e operações no Grupo Boticário e adquiriu experiência no mercado de cosméticos, perfumaria e beleza.



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

<p>Antonio Novaes</p> 	<p>Graduado em Gestão de Segurança pela Universidade Anhembi Morumbi; Pós Graduação em Política e Estratégia – AIPPE/Universidade de São Paulo - USP e Gerenciamento de Segurança Internacional – Universidade de Comillas – Madrid. Gerente de Segurança Corporativa   Frota   Facilities no Grupo Boticário: O Boticário – Eudora – <i>Quem disse Berenice?</i> – The Beauty Box – Aero. Atuou como gerente de segurança corporativa no Grupo Pão de Açúcar (CASINO).</p>
<p>Julio Macedo</p> 	<p>Economista, formado pela Universidade Federal de Minas Gerais, em 1985, com especialização na Área Financeira. É o atual Diretor Comercial e de Novos Negócios na Partage Shopping Center, onde lidera a Equipe de Comercialização de Lojas nos Shoppings do Grupo e também identifica e desenvolve novas oportunidades de investimento em Shopping Centers; Foi Diretor Comercial da Tenco Shopping Center no ano de 2013 e Diretor de Novos Negócios da Saphyr Shopping Centers no ano de 2012;</p>
<p>Elio Silva</p> 	<p>Formado em Publicidade e Propaganda pela ESPM – SP, com especialização em Gestão Empresarial pela Fundação Dom Cabral, Gestão de Negócios e Liderança e Gestão pela FAE. Atualmente, Elio Silva é Diretor de Operações da C&amp;A Modas tem como principais atividades: responsável pela gestão operacional das lojas da empresa. Foco no desenvolvimento de lideranças, gestão de custos, nível de serviço e volume de vendas. A linha de produto envolve roupas, calçados, acessórios, celulares e produtos financeiros. A empresa encerrará o ano de 2014 com 291 lojas e mais de 18000 funcionários. A estrutura administrativa consiste de 15 Gerentes Regionais, 165 gerentes e mais de 600 supervisores.</p>



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

<p>Ricardo Pastore</p> 	<p>Doutorando, Mestre em Gestão de Negócios, Pós-Graduado em Marketing pela ESPM, Graduado Economia pela PUC - SP. Desenvolve pesquisas sobre estratégia de varejo.</p> <p>Coordenador e Prof. do Núcleo de Estudos do Varejo da ESPM - SP, em disciplinas como Marketing de Varejo, Gestão de Vendas e Trade Marketing em programas de MBA, de Educação Corporativa e Programas de Atualização.</p> <p>30 anos de carreira sendo 20 como profissional e executivo em empresas varejistas e de distribuição, entre elas, Pão de Açúcar, Makro e Saraiva Megastore, onde ocupou cargos como Diretor Geral, Diretor Comercial, Gerente Comercial e Gerente de Vendas. Atua há mais de 10 como consultor e acadêmico.</p> <p>É Consultor, Palestrante e Conselheiro de empresas ligadas à atividade varejista.</p>
<p>Cristiani T Rossetto Basso</p> 	<p>Arquiteta há mais de 20 anos, com pós-graduação em Marketing, Comunicação e Serviços, e especialização em Vitrinismo e Visual Merchandising. Atuação nessa área há mais de 10 anos.</p> <p>Sócia da Conforto Visual, Empresa especializada em Vitrinismo, Visual Merchandising e Marketing, cuja atuação abrange empresas do comércio varejista e entidades locais.</p> <p>Trabalha em parceria com Sylvia Demetresco e sua empresa VITRINA. Atua como Consultora, como Instrutora e como Palestrante, atendendo a várias entidades, instituições de ensino e empresas, com mais de 1.200 horas de treinamentos ministrados e atendimento a mais de 700 empresas.</p>
<p>Adriano Dela Coletta</p> 	<p>Com 24 anos de experiência no mercado de TI brasileiro, tendo trabalhado em empresas como a IBM e Microsoft. É Mestre em Administração – com ênfase em Estratégia, Competitividade e Gestão do Conhecimento, pela PUC-PR. Realizou cursos de especialização em Gestão Estratégica de Vendas e Marketing na Harvard Business School e o AMP – Advanced Management Program e Estratégias de Marketing Digital na ESADE Business School. É formado em Governança Corporativa pelo IBGC – Inst. Bras. de Governança Corporativa. É coordenador e professor do MBA em Gestão de TI da Universidade Positivo e Conselheiro do Board Executivo da AMCHAM-PR.</p>

**Nota:** a indicação destes professores/consultores está condicionada a disponibilidade de agenda após a confirmação da data de realização pelo cliente.

### 13. Sobre a Universidade Positivo

A UP é uma das mais qualificadas instituições de educação superior do Brasil. Ao longo de sua trajetória, consolidou-se como referência em ensino universitário. Única universidade do país – e uma das poucas no mundo – com forte vínculo empresarial. Trata-se de uma escola ligada a um grupo empresarial líder nacional em vários segmentos de atuação: informática, gráfico-editorial e educação.

A Universidade Positivo oferece 29 cursos de Bacharelado e Licenciatura na graduação, além de 20 Cursos Superiores de Tecnologia que abrangem diversas áreas do conhecimento. Os cursos de pós-graduação, incluem dois programas de Doutorado, quatro de Mestrado, dezenas de especializações e MBAs, e centenas de programas de extensão, abertos e “in company”, desenvolvidos pela Escola de Negócios, nos Programas de Educação Executiva e Corporativa.

Seus professores são especialistas, mestres e doutores com forte formação acadêmica e grande vínculo empresarial e/ou consultoria.



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo

## 14. Alguns Clientes da Universidade Positivo em Educação Corporativa

**VOLVO**



**Amil**



## 15. Coordenação do Programa

### **Coordenadoria de Educação Corporativa**

Coordenador Geral: Prof. Gilmar Silva de Andrade

Graduado em Administração pelas Faculdades Positivo e em Ciências Contábeis pela Faculdade Católica de Administração e Economia (FAE); Especialista em Organização e Planejamento, Recursos Humanos, Qualidade e Produtividade pela FAE/CDE e em Administração Pública pela EBAPE/FGV; Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina. Ex-coordenador do curso de Administração da UP. Professor e coordenador geral dos cursos de especialização do Programa Pós-Flex, MBA em Direção Estratégica, Gestão Organizacional e Liderança – Editora Positivo, MBA em Gestão de Pessoas e Liderança – Volvo e MBA em Gestão Estratégica de Projetos – Positivo Informática. Ex-conselheiro e diretor de eventos do Conselho Regional de Administração do Paraná e consultor de empresas na área de Mudança Organizacional e Sistemas da Qualidade.

Telefone: (41) 3317-3078

E-mail: [gilmar@up.com.br](mailto:gilmar@up.com.br)

### **Coordenadora Executiva: Fabíola Paes**

Mestranda em inovação e desenvolvimento de tecnologia pelo Instituto LACTEC linha de pesquisa Omnichannel, possui MBA em Marketing com ênfase em gestão de vendas pela FGV – SP e graduação em Administração de empresas pelo Centro Universitário da Cidade - RJ. Atualmente é coordenadora do laboratório de varejo da Escola de Comunicação e Negócios da Universidade Positivo, consultora especialista em varejo, palestrante e professora titular na graduação do Centro Tecnológico Positivo dos cursos gestão comercial, varejo, marketing e processos gerenciais. Atuou como Gestora de Inteligência e Negócios na área de Desenvolvimento de Negócios na Universidade Positivo. Tem experiência na gestão de varejo com sete anos de atuação na gestão comercial, gestão de pessoas, gestão de processos, visual merchandising, projetos, trademarking e treinamentos atuando em empresa de grande porte, médio porte e multinacional. Atuou durante 5 anos como gerente de operações no varejo de moda na multinacional C&A Modas, atuou como supervisora regional na Capoani no mercado de luxo e como gerente de vendas e operações no Grupo Boticário e adquiriu experiência no mercado de cosméticos, perfumaria e beleza.

Secretária Executiva: Cristiane Aparecida Guedes

Telefone: (41) 3317-3133

E-mail: [educorporativa@up.com.br](mailto:educorporativa@up.com.br)



**UNIVERSIDADE  
POSITIVO**

*Escola de Comunicação e Negócios  
Laboratório de Varejo*

Curitiba, 17 de junho de 2015.

**Prof. Gilmar Silva de Andrade**  
**Coordenador de Educação Corporativa e Executiva**

**Profa. Fabíola Paes**  
**Coordenadora do Laboratório de Varejo**