

Unidade Curricular	Gestão da Força de Vendas	Área Científica	Gestão e Administração
CTeSP em	Gestão de Vendas e Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2018/2019	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP - - PL 44 TC - - S - - E - - OT 60 O 102
Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0
Código	4081-592-1005-00-18		

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Pedro Miguel Lopes Mota Veiga

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Analisar, organizar, planejar e avaliar a força de vendas;
2. Compreender a importância e influência da força de vendas nos resultados das empresas;
3. Compreender os principais modelos de gestão de contas e território;
4. Compreender e participar num processo de recrutamento de uma força de vendas;
5. Analisar as necessidades de formação e identificar as áreas críticas, propondo um plano de formação e treino adequado;
6. Conhecer os métodos e técnicas para motivar a força de vendas;
7. Analisar o desempenho da força de vendas e considerar, quando necessário, ações corretivas.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Possuir conhecimentos básicos de marketing.

Conteúdo da unidade curricular

1. Introdução à gestão da força de vendas; 2. Organização da força de vendas: especialização por território, por cliente, por produto ou mista; 3. Modelos de gestão de contas e território; 4. Desenvolvimento da força de vendas; 5. Formação e treino da força de vendas; 6. Motivação da força de vendas; 7. Supervisão, avaliação e controlo da força de vendas.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução à gestão da força de vendas.
2. Organização da força de vendas: especialização por território, por cliente, por produto ou mista.
3. Modelos de gestão de contas e território.
 - Estabelecimento da unidade base de controlo;
 - Estimar o potencial de mercado;
 - Desenho preliminar dos territórios;
 - Análise da carga de trabalhos;
 - Ajuste e determinação dos territórios.
4. Desenvolvimento da força de vendas:
 - O perfil do vendedor: análise, descrição e qualificação do cargo;
 - O processo de recrutamento dos candidatos e as fontes de recrutamento;
 - O processo de seleção dos vendedores.
5. Formação e treino da força de vendas:
 - Objetivos da formação;
 - Organização de um programa de formação;
 - Coaching comercial: conceito, perfil do coach, tipos de coaching e ferramentas de coaching.
6. Motivação da força de vendas:
 - Fatores determinantes da motivação;
 - Indicadores de baixa motivação;
 - Técnicas de motivação;
 - Remunerações e incentivos.
7. Supervisão, avaliação e controlo da força de vendas:
 - Conceito de avaliação e controlo;
 - Conceção de um programa de avaliação;
 - Indicadores de esforço e desempenho.

Bibliografia recomendada

1. Johnston, M. & Marshall, G. (2013). Sales Force Management (11th ed.). New York: Routledge. ISBN: 9780415534628.
2. Justino, L. (2007). Direção Comercial. Lisboa: LIDEL – Edições Técnicas, Lda. ISBN: 978-972-757-482-7.
3. Miguel, A. , Rocha, A. & Röhrich, O. (2008). Gestão Emocional de Equipas. Lisboa: LIDEL – Edições Técnicas, Lda. ISBN: 978-972-722-218-6.
4. Serra, E. (2012). Direção e Gestão da Força de Vendas. Lisboa: Grupo Editorial Vida Económica. ISBN: 978-972-788-422-3.
5. Spiro, R. , Rich, G & Stanton, W. (2009). Gestão da Força de Vendas (12ª ed.). Lisboa: McGraw-Hill. ISBN: 978-85-7726-067-6.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Ensino presencial: cada aula tem componentes teóricos e práticos, empregando-se métodos ativos e interrogativos, resolução de problemas, diálogo, trabalho de equipa e estudos de caso; Ensino não presencial: resolução de tarefas orientadas, leitura de textos, pesquisa e realização de trabalhos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Projetos - 20% (Projeto com preparação e implementação da promoção do CTeSP em GVM em escolas e empresas.)
 - Exame Final Escrito - 30% (Prova realizada na EAF, com nota mínima de 7 valores, avalia todos os conteúdos.)
 - Trabalhos Práticos - 50% (Resolução de casos práticos de aplicação dos conceitos lecionados e preparação e discussão de temas.)
2. Avaliação - Trabalhadores - (Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Exame Final Escrito - 100% (Alternativa opcional apenas para estudantes trabalhadores.)
3. Avaliação por exame final escrito - (Ordinário, Trabalhador) (Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Avaliação de todos os conteúdos programáticos.)
4. Estudantes em mobilidade - (Ordinário) (Final, Recurso)

Alternativas de avaliação

- Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Pedro Miguel Lopes Mota Veiga	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
13-05-2019	17-05-2019	17-05-2019	23-05-2019