

Unidade Curricular	Gestao de Vendas e Negociação	Área Científica	Gestão e Ciências Empresariais
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2019/2020	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -
Nível	1-2	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-608-2204-00-19		

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) Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Compreender o processo de venda e cada uma das suas etapas e a importância da gestão de vendas para as organizações;
2. Planear e organizar a equipa de vendas de uma empresa;
3. Compreender os processos de recrutamento e seleção, formação e treino da força de vendas;
4. Compreender a importância da motivação nos resultados da força de vendas e conhecer e selecionar adequadas técnicas de motivação;
5. Desenhar territórios de vendas com base em modelos de gestão de contas e territórios;
6. Perceber como se realiza a supervisão, avaliação e controlo da força de vendas;
7. Conhecer as principais estratégias e táticas de negociação;
8. Entender a importância da mediação e arbitragem.

Pré-requisitos

Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Introdução à função "vendas"; 2. O atendimento ao cliente; 3. As etapas do ciclo de vendas; 4. Organização da força de vendas; 5. Desenvolvimento da força de vendas; 6. Motivação da força de vendas; 7. Supervisão, avaliação e controlo da força de vendas; 8. Negociação; 9. Gestão de conflitos; 10. Mediação e arbitragem.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução à função "vendas".
2. O atendimento ao cliente.
3. As etapas do ciclo de vendas:
 - Prospecção;
 - Preparação;
 - Abordagem;
 - Apresentação;
 - Tratamento de objeções;
 - Fecho da venda;
 - Pós-venda.
4. Organização da força de vendas:
 - Especialização por território, por cliente, por produto ou mista;
 - Modelos de determinação de territórios.
5. 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.
 - Formação e treino da força de vendas.
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.
8. Negociação:
 - Os elementos fundamentais da negociação;
 - As etapas da negociação;
 - Estratégias e táticas de negociação;
9. Gestão de conflitos:
 - Fontes e sinais de conflito nas negociações;
 - Táticas de prevenção e gestão de conflitos;
10. Mediação e arbitragem.

Bibliografia recomendada

1. Damasceno Correia, A. (2019). Manual de estratégia negocial. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas Lda. ISBN: 978-989-752-440-0.
2. Ingram, T. , LaForge, R. , Schwepker, C. , & Williams, M. (2017). Sales Management: Analysis and Decision Making (8th ed.). Routledge. ISBN 978-1138165076.
3. Johnston, M. & Marshall, G. (2016). Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology (12th ed.). New York: Routledge. ISBN: 978-1138951723.
4. King, M. (2013). Driving Forces: What Motivates Sales Teams [Kindle edition]. Author edition. ASIN: B00DMLQVOI.
5. Spiro, R. , Rich, G & Staton, W. (2009). Gestão da Força de Vendas (12ª ed.). Lisboa: McGraw-Hill. ISBN: 978-85-7726-067-6.

Métodos de ensino e de aprendizagem

A unidade curricular será lecionada com recurso a métodos ativos de aprendizagem e a técnicas de jogo e competição.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário) (Final)

Alternativas de avaliação

- Trabalhos Práticos - 40%
 - Relatório e Guiões - 40%
 - Trabalhos Experimentais - 20%
2. Avaliação por exame final escrito - (Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
 3. Avaliação por exame final escrito - (Ordinário) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
 4. Estudantes em mobilidade - (Ordinário) (Final, Recurso)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
17-03-2020	19-03-2020	19-03-2020	19-03-2020