

Unidade Curricular	Gestão de Vendas e Negociação	Área Científica	Ciências Empresariais
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	2
Nível	1-2	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-714-2204-00-23		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -

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) Lara Marisa Santos, Ronan Torres Quintão

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:
 - Prospeção;
 - 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. 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. (2020). Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology (13th ed.). Routledge. ISBN: 978-0367682088.
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.). 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 Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Trabalhos Práticos - 60% (Promoção e venda de produtos, apresentação em sala e relatório do trabalho final)
 - Prova Intercalar Escrita - 15%
 - Exame Final Escrito - 15%
 - Temas de Desenvolvimento - 10% (6 confirmações de leitura, sendo consideradas a 3 melhores notas)
2. Avaliação por exame final escrito - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. 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

Lara Marisa Santos, Ronan Torres Quintão	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
29-02-2024	09-03-2024	10-03-2024	13-03-2024