INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

Unidade Curricular	Gestão Comercial e Negociação	Área Científica	Marketing e publicidade
CTeSP em	Gestão de Marketing e Comércio Eletrónico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0
Tipo	Semestral	Semestre	2
Código	4096-751-1204-00-23		

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 Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s): Paula Alexandra D Almeida e Campos

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 território.
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 gestão de conflitos, mediação e arbitragem.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Esta UC não pressupõe pré-requisitos.

Conteúdo da unidade curricular

Introdução à função “vendas"; O atendimento ao cliente; As etapas do ciclo de vendas; Organização da força de vendas; Desenvolvimento da força de vendas; Motivação da força de vendas; Supervisão, avaliação e controlo da força de vendas; Negociação; Gestão de conflitos; 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 das objeções
   - Fecho de 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. 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. Correia, A. D. (2015). Manual de Negociação (2a edição). Lisboa: LIDEL. ISBN: 978-989-752-145-4
2. Kumar, V. , & Reinartz, W. (2018). Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools (3rd Edition). Springer. ISBN: 978-366-255-380-0
3. Correia, A. D. (2019). Manual de Estratégia Negocial (1a edição). Lisboa: LIDEL. ISBN 978-989-752-440-0
4. Vieira, M (2021). Como negociar na prática 1ª ed. , Lisbon International Press, Lisboa. ISBN 978-989-37-0424-0
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

São utilizados métodos e técnicas expositivas, interrogativas e activas em aulas teórico-práticas. De modo a promover o interesse e participação dos alunos, são também desenvolvidos trabalhos práticos tutelados (learn by doing).

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação continua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
   - Trabalhos Práticos - 50% (Trabalhos de aplicação prática.)
   - Prova Intercalar Escrita - 50% (Exame final escrito (nota mínima 7 valores))
2. Avaliação por exame final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
   - Exame Final Escrito - 100% (Exame escrito final - 100%)
3. Alunos em programas de mobilidade internacional - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
   - Temas de Desenvolvimento - 100% (Um trabalho, individual ou em grupo, sobre um dos temas lecionados.)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Paula Alexandra D Almeida e Campos	Ricardo Jorge Vieira Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
26-03-2024	16-05-2024	16-05-2024	20-05-2024

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.