

TeSP - Gestão Comercial e Vendas

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 2367/2016 - 25/02/2016

Ficha da Unidade Curricular: Técnicas de Venda e Negociação Comercial

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:15.0; PL:45.0;

Ano|Semestre: 1|S2; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600211

Área de educação e formação: Comércio

Docente Responsável

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

- Proporcionar os métodos e as técnicas necessárias à execução das funções de um vendedor.
- Habilitar os alunos para a organização, planeamento e avaliação de uma força de vendas numa empresa.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

- Proporcionar os métodos e as técnicas necessárias à execução das funções de um vendedor.
- Habilitar os alunos para a organização, planeamento e avaliação de uma força de vendas numa empresa.

Conteúdos Programáticos

- 1-A venda e a sua gestão.
- 2-A natureza do processo de venda.
- 3-A função do vendedor.
- 4-A preparação da venda.
- 5-Prospeção de mercado; conceito, métodos e tratamento da informação.
- 6-Planeamento do contato com o cliente.
- 7-A apresentação da venda.
- 8-Técnicas de negociação.
- 9-Técnicas de finalização da venda.
- 10-Lidar com as queixas dos clientes.
- 11-Desenvolver relações com clientes.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- 1-A venda e a sua gestão.
 - 1.1-Definição de venda
 - 1.2-A importância da venda nas empresas
 - 1.3-O velho modelo de vendas
 - 1.4-O novo modelo de vendas
- 2-A natureza do processo de venda.
 - 2.1-Momentos importantes nas vendas
 - 2.2-Fases da venda

3-A função do vendedor.

3.1-O que é preciso para ser um bom vendedor

3.2-Qual o perfil de um bom vendedor

3.3-O que é um vendedor

3.4-Guia para um vendedor aprendiz

3.5-Atitude do vendedor

3.6-Tipos de vendedores

3.7-Objetivos dos vendedores

4-A preparação da venda.

4.1-Organização da força de vendas

4.2-Objetivos e estratégias de venda

4.3-Fixação dos objetivos da força de vendas

4.4-Metodologias para a fixação de objectivos relativos ao volume de negócios

4.5-Distribuição da força de vendas

4.6-Dimensão da força de vendas

5-Prospecção de mercado; conceito, métodos e tratamento da informação.

5.1-Fase da pré-venda

5.2-A distribuição e o ponto de venda

5.3-Criatividade, facilidade para o cliente, redução de custos

5.4-Fase da pós-venda

6-Planeamento do contato com o cliente.

6.1-Técnicas de atendimento

6.2-A entrevista

6.3-Método Spin

7-A apresentação da venda.

7.1-Dez mandamentos para o sucesso em vendas

7.2-Os sete passos da venda

7.3-Os sete erros em vendas

7.4-Sete etapas de venda

7.5-O cliente

7.6-Tipos psicológicos de clientes

7.7-Na relação com o cliente

8-Técnicas de negociação.

8.1-Apresentação

8.2-Argumentação

8.3-Tipos de objeções

8.4-Tratamento das objeções

9-Técnicas de finalização da venda.

9.1-Pré fecho do negócio

9.2-Concessões

9.3-O fecho do negócio

10-Lidar com as queixas dos clientes.

10.1-Gestão das reclamações

11-Desenvolver relações com clientes.

11.1-Fidelização dos clientes

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua. Realização de trabalho prático (40%) com apresentação e discussão, (nota mínima de dez valores) e um teste (60%), (com nota mínima de nove valores).

Avaliação por exame requer a realização de teste escrito (100%). Nota mínima de (10) dez valores.

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Kotler, P. (1987). *Marketing Management- analysis, implementation and control*. New Jersey: Prentice Hall
- Ingram, T. e LaForge, R. e Schwegler Jr., C. (1997). *Sales management-analysis and decision making*. E.U.A.: Dryden Pres
- Jobber, D. e Lancaster, G. (1997). *Selling and sales management*. Reino Unido: Pitman Pub.
- Johnson, E. e Kurtz, D. e Scheuing, E. (1994). *Sales management - concepts,practices and cases*. E.U.A.: McGraw-Hill International Ed.

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Na unidade curricular de Técnicas de Venda e Negociação Comercial são abordados todos os conteúdos associados ao fenómeno das vendas desde a apresentação, argumentação, negociação e fecho de vendas.

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas com apoio de quadro e meios audiovisuais.
Resolução de casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

O acompanhamento dos temas expostos, os exemplos da realidade das empresas e a realização do trabalho,permite por em prática, o conhecimento adquirido e transpor para situações do dia a dia de um técnico comercial.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

Oliva Maria Assinado de forma digital por
Oliva Maria Dourado Martins
Dourado Martins Dados: 2019.02.11 15:05:42 Z

Docente Responsável

Diretor de Curso, Comissão de Curso

Maria de Assinado de forma
digital por Maria
de Fátima
Rodrigues Pedro
Rodrigues Dados: 2019.02.14
17:08:38 Z
Pedro

Conselho Técnico-Científico



Assinado de forma digital por
Célio Gonçalo Cardoso Marques
Dados: 2019.04.22 12:08:51
+01'00'

