



ML



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

LICENCIATURA EM GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

2006/2007

Regime: Semestral

4º ANO / 2º Semestre

CARGA HORÁRIA: (2T+2P)

Docente:

Professora Coordenadora Maria do Rosário Baeta Neves

PROGRAMA

1.- Os diversos tipos de comércio

1.1.- Comércio tradicional e grande distribuição

1.2.- Formas de venda

1.2.1- Venda directa (loja)

1.2.2- Venda de prospecção

1.2.3- Venda de sistemas

1.2.4- Prescritores

1.2.5- Distribuidores

1.3.- Parcerias (*franchising*, contrato de agência,...)

2.- A necessidade do conhecimento do produto a vender

3.- Os clientes

3.1- Venda

3.2- Objecções

3.3- Reclamações

3.4- Atendimento

3.4.1- As técnicas de comunicação

3.4.2- As técnicas de negociação

3.4.3- As técnicas de psicologia e a análise sociológica

3.4.4- As técnicas específicas: telefone, *mailing*, *marketing* directo, DAV, feiras e salões, imagem...

4- Custos comerciais

4.1- Existência de produtos

4.2- Nível de aceitação dos preços pelo mercado

4.3- Exigências dos distribuidores

4.4- Distribuição física

4.5- Publicidade

4.6- *Marketing*

4.7- Força de vendas

5.- A gestão do risco de crédito

6.- Gestão Inter-cultural

Avaliação

Avaliação para dispensa de exame final

A classificação final atribuída a cada aluno será em função do seu desempenho, avaliado através da realização de trabalhos práticos obrigatórios com discussão e uma frequência. Cada elemento de avaliação terá uma ponderação de 50%. A classificação mínima em qualquer um dos elementos de avaliação, para aprovação na disciplina, é de 10 (dez) valores.

Avaliação em exame final

Se o aluno alcançar uma nota inferior a 10 (dez) valores na prova de exame será reprovado; se for alcançada uma nota igual ou superior a 10 (dez) valores ficará aprovado.

Bibliografia

- (1998), "Reduzir custos", Cetop.
- Apontamentos elaborados pela docente.
- De Ligny, Gérard Le Pan, "Guia comercial de exportação", Res Ed..
- Gerson, R., (1994), "A excelência no atendimento de clientes", Qualitymark.
- Ghote, K., (1993), "O cliente na linha da frente", Qualitymark.
- Hauser, R., (1999), "Os *mailings* no *marketing* directo", Cetop.
- Kuazaqui, E., (1999), "*Marketing* Internacional", Makron Books.
- Machuret, J.J., Deloche, D. e D'Amart, J.C., (1996), "Comerciator", Publicações Dom Quixote, Lisboa.
- Paiva, Carlos Alberto de Carvalho, (1997), "A administração do risco de crédito", Qualitymark.
- Pamplona, C., (1999), "A engenharia do *franchising*", Qualitymark.
- Rousseau, José António, (1997), "Manual de Distribuição, - Uma visão global e estruturante da moderna distribuição", Biblioteca de Gestão Exame, Abril/Controljornal Editora
- Serra, E.M. e Gonzalez, J., (1998), "A marca, avaliação e gestão estratégica", Verbo.
- Sousa, J. M., (1996), "Distribuição uma visão estratégica", Texto Editora.
- Wing, M., (1999), "Como falar com os seus clientes", Campus.

A Docente



Professora Coordenadora Maria do Rosário Baeta Neves