

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

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600211

Área de educação e formação: Comércio

Docente Responsável

Sílvio Manuel Valente da Silva

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Sílvio Manuel Valente da Silva

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.(Trabalho e Crescimento Económico nº 8,conforme Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em setembro de 2015).

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-Prospeção 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%) e um teste (60%, com nota mínima de dez valores).

Exame normal:Exame(100%).

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Johnson, E. e Kurtz, D. e Scheuing, E. (1994). *Sales management - concepts,practices and cases* . 2 Rev Ed, McGraw-Hill International Ed.. E.U.A.
- Ingram, T. e LaForge, R. e Schwepker Jr., C. (1997). *Sales management-analysis and decision making* . 3ª Ed, Dryden Pres. E.U.A.
- Jobber, D. e Lancaster, G. (1997). *Selling and sales management* . 1ª, Pitman Pub.. Reino Unido
- Kotler, P. (1987). *Marketing Management- analysis,implementation and control* . 8ª ed 1994, Prentice Hall. New Jersey
- Renvoisé, P. e Morin, C. (2009). *Neuromarketing, o centro nevrálgico da venda* . 1ª, Smartbook. Lisboa

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

Docente responsável
