

Plano de Ensino

Período Letivo: 2026B

Curso: 234 - MARKETING

4º Semestre

Disciplina: 6299 - GESTÃO DE VENDAS

Ementa

Compreender principais aspectos das funções gerenciais de planejamento, organização, direção e controle capacitando o aluno para o planejamento, a implementação e a gestão do processo de vendas

Bibliografia Básica

Referência	Biblioteca Online
OLIVEIRA, CRISTIANE KESSLER DE. GESTÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO . PORTO ALEGRE 2019	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788533500570
KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.	-
TEIXEIRA, Fernando. Inteligência Artificial em Marketing e Vendas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021.	-

Bibliografia Complementar

Referência	Biblioteca Online/Acervo Externo
CASTRO, LUCIANO THOMÉ E. ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS . 2. SÃO PAULO 2018	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597016550
CHIAVENATO, IDALBERTO. GESTÃO DE VENDAS: UMA ABORDAGEM INTRODUTÓRIA . 3. ED. BARUERI: MANOLE, 2014. ISBN 978-85-204-3921-0.	-
SPAREMBERGER, ARIOSTO. VENDAS FUNDAMENTOS E RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES . IJUÍ 2019	Minha Biblioteca https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788541903073
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.	https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020151/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]/!4/2
LIMA, Gustavo Barbieri. Marketing internacional: teoria e casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2015.	https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522495290/pageid/0

Objetivos

Objetivo geral

Compreender principais aspectos das funções gerenciais de planejamento, organização, direção e controle capacitando o aluno para o planejamento, a implementação e a gestão do processo de vendas.

Objetivos específicos

- a) Desenvolver conhecimentos sobre a importância do uso da ferramenta planejamento no processo de gestão de vendas;
- b) Conhecer aspectos relativos aos objetivos, as estratégias, a estrutura, o tamanho e a remuneração da força de vendas;
- c) Desenvolver competências relacionadas com as funções essenciais ao sistema de gerenciamento de vendas: planejar, organizar, dirigir e controlar;
- d) conhecer os passos para uma eficaz venda direta, desde o atendimento, a prospecção até o fechamento da venda;
- e) conhecer as competências do vendedor para a finalização da venda eficaz: conhecer o cliente, desenvolver relacionamento de longo prazo e recursos utilizados no processo de fidelização do cliente.

Conteúdo Programático

1 PLANEJAMENTO DA FORÇA DE VENDAS

- 1.1 Conceitos de planejamento de vendas
- 1.2 Premissas do planejamento de vendas

2 ORGANIZAÇÃO DA EQUIPE DE VENDAS

- 2.1 Objetivos da força de vendas
- 2.2 Estratégia da equipe de vendas
- 2.3 Estrutura da força de vendas
- 2.4 Tamanho da força de vendas
- 2.5 Remuneração da força de vendas

3 GERENCIAMENTO DA FORÇA DE VENDAS

- 3.1 A gestão de vendas como fonte de vantagem competitiva
- 3.2 Recrutamento e seleção
- 3.3 Treinamento e supervisão
- 3.4 Motivação
- 3.5 Avaliação
- 3.6 Estabelecimento de quotas

4 ATENDIMENTO E PASSOS DA VENDA

- 4.1 Atendimento
- 4.2 Passos da venda

5 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

- 5.1 Conhecer o seu cliente
- 5.2 Desenvolver relacionamentos de longo prazo
- 5.3 Recursos utilizados no processo de fidelização do cliente

Instrumentos e Critérios de Avaliação

Critérios para composição da média:

A avaliação tem caráter processual, com vistas à melhoria constante do processo de ensino e aprendizagem, levando-se em conta os resultados obtidos pelos estudantes em diferentes momentos e com instrumentos de avaliação diversos, não se limitando à realização de provas.

Para compor a 'média semestral' da disciplina, leva-se em conta o desempenho atingido na avaliação formativa e na avaliação somativa, isto é, as notas alcançadas nas diferentes atividades virtuais e na prova, da seguinte forma:

Média: somatória das notas das atividades virtuais (Peso 40%) + nota da prova (Peso 60%).

Se a média semestral for igual ou superior a 4,0 e inferior a 7,0, o aluno ainda poderá fazer o Exame Final. A média entre a nota do Exame Final e a Média Semestral deverá ser igual ou superior a 5,0 para considerar o aluno aprovado na disciplina.