

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[3186345] Gestão da Força de Vendas [3186345] Sales Management and Sales Force		
Plano / Plan:	Plano de Formação		
Curso / Course:	Gestão Comercial e Vendas Commercial Management and Sales		
Grau / Diploma:	Diploma de Técnico Superior Profissional		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão, Administração e Turismo		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamago		
Área Científica / Scientific Area:	Comércio		
Ano Curricular / Curricular Year:	1		
Período / Term:	S2		
ECTS:	6		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0162:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0010:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0050:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[1097] Luís Filipe Pinto Gomes Ambrósio

Outros Docentes / Other Teaching

[1097] Luís Filipe Pinto Gomes Ambrósio | Horas Previstas: 60h

Objetivos de Aprendizagem

- Conhecer a evolução do conceito de gestão vendas nas últimas décadas.
- Compreender a importância e o papel da força de vendas nas organizações.
- Identificar as principais características de um vendedor no contexto de venda relacional.
- Desenvolver o desenho e organização da equipa de vendas de uma empresa.
- Conhecer as principais decisões associadas à gestão da Força de Vendas.
- Compreender as diferentes etapas do processo de vendas.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

- Know the evolution of the concept of sales management in recent decades.
- Understand the importance and role of the sales force in organizations.
- Identify the main characteristics of a salesperson in the context of relational selling.
- Develop the design and organization of a company's sales team.
- Know the main decisions associated with the management of the Sales Force.
- Understand the different stages of the sales process.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. Evolução do conceito de Gestão de Vendas
2. O vendedor: características, funções e tipos de vendedores
3. Direção e gestão da Força de vendas: 3.1. Organização da Força de Vendas 3.2. Recrutamento e Seleção dos vendedores 3.3. Formação dos vendedores 3.4. Motivação da Força de Vendas 3.5. Planeamento das vendas 3.6. Supervisão, avaliação e controlo da Força de Vendas
4. O processo de venda

Syllabus (Lim:1000)

1. Evolution of the Sales Management concept
2. The salesperson: characteristics, functions and types of salespeople
3. Direction and management of the Sales Force: 3.1. Sales force organization 3.2. Salesmen recruitment and selection 3.3. Salesmen training 3.4. Motivation of the Sales Force 3.5. Sales planning 3.6. Supervision, evaluation and control of the Sales Force
4. The Sales Process

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

Para além de aulas de exposição, foram também efetuadas aulas de discussão dos diversos conteúdos lecionados, resolução de exercícios práticos e, elaboração e acompanhamento do trabalho prático individual sobre um tema indicado pelo docente. Foram utilizados o método expositivo, interrogativo, participativo e ativo. Nota final = I Teste (30%) + Atividades Práticas (70%)

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

In addition to the lecture classes, there were also classes of discussion of the various contents taught, the resolution of practical exercises and the preparation and monitoring of individual practical work on a theme indicated by the teacher. The expositive, interrogative, participative and active methods were used. Final mark = I Test (30%) + Practical Activities (70%)

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Justino, L. (2007). Direção Comercial. LIDEL.

Hopkins, T. (2007). Manual de Vendas. 5ª Edição. Editorial Presença.

Spiro, R.; Stanton, W.; Rich, G. (2008). Management of a Sales Force. 12ª Edição. McGraw-Hill.

Serra, E. (2012). Direção e Gestão da Força de Vendas. 1ª Edição. Grupo Editorial Vida Económica.

Jobber, D.; Lancaster, G. (2012). Selling and sales Management. 9ª Edição. Prentice Hall.

Bibliography (Lim:1000)

Justino, L. (2007). Direção Comercial. LIDEL.

Hopkins, T. (2007). Manual de Vendas. 5ª Edição. Editorial Presença.

Spiro, R.; Stanton, W.; Rich, G. (2008). Management of a Sales Force. 12ª Edição. McGraw-Hill.

Serra, E. (2012). Direção e Gestão da Força de Vendas. 1ª Edição. Grupo Editorial Vida Económica.

Jobber, D.; Lancaster, G. (2012). Selling and sales Management. 9ª Edição. Prentice Hall.

Observações

N/A

Observations

N/A

Observações complementares

N/A