Politécnico de Viseu
Tecnologia e Gestão Lamego

FICHA ECTS
Técnicas de Negociação e Vendas
2021-22

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[3186348] Técnicas de Negociação e Vendas
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 Lamego
Área Científica / Scientific Area:	Comércio
Ano Curricular / Curricular Year:	2
Período / Term:	S1
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/Pratical 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: 6h

Objetivos de Aprendizagem

Reconhecer a importância do relacionamento interpessoal e a orientação ao cliente no contexto de venda relacional.

Conhecer técnicas de merchandising e promoção de vendas.

Compreender a importância e influência da gestão estratégica do espaço comercial e vendas.

Reconhecer a importância da negociação no contexto empresarial.

Desenvolver competências que permitam conduzir uma negociação, selecionando a tipologia negocial mais adequada.

Compreender e caraterizar as principais estratégias e táticas de negociação

Learning Outcomes of the Curricular Unit

Recognize the importance of interpersonal relationships and customer orientation in the context of relational selling.

Know merchandising techniques and sales promotion.

Understand the importance and influence of the strategic management of the commercial space and sales.

Recognize the importance of negotiation in the business context.

Develop skills that allow you to conduct a negotiation, selecting the most appropriate negotiation typology.

Understand and characterize the main negotiation strategies and tactics

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. O ATENDIMENTO AO CLIENTE E A LINGUAGEM CORPORAL EM REUNIÕES DE VENDAS

2. PROMOÇÃO DE VENDAS

3. O MERCHANDISING E A GESTÃO E ANIMAÇÃO DO PONTO DE VENDA

4. NEGOCIAÇÃO

4.1. CONCEITOS E CARATERÍSTICAS

4.2. GESTÃO DO CONFLITO

4.3. TIPOLOGIA NEGOCIAL

4.4. TÁTICAS E ESTRATÉGIAS NEGOCIAIS

Syllabus (Lim:1000)

1. CUSTOMER SERVICE AND BODY LANGUAGE IN SALES MEETINGS

2. SALES PROMOTION

3. MERCHANDISING AND POINT OF SALE MANAGEMENT AND ANIMATION

4. NEGOTIATION

4.1. CONCEPTS AND FEATURES

4.2. CONFLICT MANAGEMENT

4.3. BUSINESS TYPOLOGY

4.4. BUSINESS TACTICS AND STRATEGIES

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A unidade curricular tem aulas teóricas e práticas. - As sessões teóricas são de pendor mais expositivo e explicativo, enquanto nas sessões práticas mais interativas realizam-se diversos trabalhos onde se aplicam os conhecimentos expostos.

Nota Final = 2 Testes (50%) e Trabalho (50%)

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

The curricular unit has theoretical and practical classes. - Theoretical sessions are more expository and explanatory, while in the more interactive practical sessions, several works are carried out where the exposed knowledge is applied.

Final grade = 2 Tests (50%) and Assignment (50%)

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Ashton, R. (2005). Como Vender. Lisboa: Plátano Editora, S. A.

Blessa, R. (2006). Merchandising no Ponto de Venda. 4º Edição. São Paulo: Editora Atlas

Brito, P. (2012). Promoção de Vendas e Comunicação de Preços. Almedina

Carvalho, J. (2013). Negociação. 42 Edição. Edições Silabo

Correia, À. D. (2012). Manual de Negociação. LIDEL - Edições Técnicas, Lda.

Fisher, R.e Ertel, D. (2008). Como conduzir uma negociação - Livro de exercícios. 12 edição. Lua de Papel

Herrera, P., Eliécer, J. (2011). Merchandising: la seducción en el punto de venta. Starbook Editorial

King, G. (2010). The Secrets of Selling: How to win in any sales situation, 22 Edição. Prentice Hall

Leite, A. (2008). Relações interpessoais e comunicação, Ed. CECOA

Moreira, |. (2012). A Excelência no Atendimento. 42 Edição. LIDEL

Morgan, T. (2011). Visual Merchandising - Escaparates e Interiores Comerciales. 22 Edição. Editorial Gust

Bibliography (Lim:1000)

Ashton, R. (2005). Como Vender. Lisboa: Plátano Editora, S. A.

Blessa, R. (2006). Merchandising no Ponto de Venda. 4º Edição. São Paulo: Editora Atlas

Brito, P. (2012). Promoção de Vendas e Comunicação de Preços. Almedina

Carvalho, J. (2013). Negociação. 42 Edição. Edições Silabo

Correia, À. D. (2012). Manual de Negociação. LIDEL - Edições Técnicas, Lda.

Fisher, R.e Ertel, D. (2008). Como conduzir uma negociação - Livro de exercícios. 12 edição. Lua de Papel

Herrera, P., Eliécer, J. (2011). Merchandising: la seducción en el punto de venta. Starbook Editorial

King, G. (2010). The Secrets of Selling: How to win in any sales situation, 22 Edição. Prentice Hall

Leite, A. (2008). Relações interpessoais e comunicação, Ed. CECOA

Moreira, |. (2012). A Excelência no Atendimento. 42 Edição. LIDEL

Morgan, T. (2011). Visual Merchandising - Escaparates e Interiores Comerciales. 22 Edição. Editorial Gust

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares