

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821451] Técnicas de Negociação e Vendas [31821451] Sales Techniques and Negotiations		
Plano / Plan:	CTeSP de Gestão Comercial e Vendas		
Curso / Course:	CTeSP de Gestão Comercial e Vendas Commercial Management and Sales		
Grau / Diploma:	Diploma de Técnico Superior Profissional		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Componente de Formação Técnica, 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:	0000:00	(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:	0010:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3156] Maria Isabel Dias Rodrigues

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3156] MARIA ISABEL DIAS RODRIGUES

Objetivos de Aprendizagem

Identificar a relação do merchandising com a gestão do ponto de venda e o ciclo de vida do produto.
Perceber a importância da concepção, gestão e animação espaço comercial nas vendas
Identificar objetivos de uma ação promocional
Conhecer as diferentes técnicas promocionais
Conceber um plano promocional
Reconhecer a importância do relacionamento interpessoal e a orientação ao cliente no contexto da venda relacional
Reconhecer a importância da negociação no contexto empresarial.
Desenvolver competências que permitam conduzir uma negociação, selecionando a tipologia negocial mais adequada
Compreender e caracterizar as principais estratégias e táticas de negociação

Learning Outcomes of the Curricular Unit

Identify the relationship of the merchandising with the management of the point of sale and the life cycle of the product.
Realize the importance of designing, managing and animating sales space in sales
Identify objectives of a promotional action
Know the different promotional techniques
Design a promotional plan
Recognize the importance of interpersonal relationship and customer orientation in the context of relational selling
Recognize the importance of negotiation in the business context.
Develop skills to conduct a negotiation, selecting the most appropriate business type
Understand and characterize the main strategies and negotiation tactics

Conteúdos Programáticos (Lim:1000)

1. Negociação
2. Merchandising - conceito, a relação do merchandising com a gestão do ponto de venda e o ciclo de vida do produto
 - 2.1. O cliente no contexto do merchandising
 - 2.2. O espaço de venda no desenvolvimento do negócio
 - 2.3. A animação do espaço de venda
3. Promoção de vendas
 - 3.1. Público-alvo, objetivos e técnicas promocionais
 - 3.2. conceção e execução de uma campanha
4. Marketing Direto
5. O atendimento ao cliente

Syllabus (Lim:1000)

1. Negotiation
2. Merchandising - concept, relationship of merchandising with the management of sale point and life cycle product
 - 2.1. The customer in the context of merchandising
 - 2.2. Sales space in business development
 - 2.3. The animation of the sales space
3. Sales Promotion
 - 3.1. audience, objectives and promotional techniques
 - 3.2. design and execution of a campaign
4. Direct Marketing
5. Customer service

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A metodologia pedagógica seguida nas horas de contacto assenta na exposição de conteúdos e dinamização dos mesmos através da análise de determinadas realidades empresariais, incentivando-se a discussão coletiva, no sentido de permitir a evolução dos alunos ao longo do seu processo de aprendizagem.

Nas horas tutoriais, a docente pode fazer o acompanhamento do aluno em gabinete.

A metodologia de avaliação é constituída por uma prova escrita de exame e um trabalho de grupo, ambos com a ponderação de 50% na classificação final.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

The methodology followed in the teaching contact hours based on exposure and promotion of contents, through the analysis of certain business realities. The ultimate goal is to encourage class discussions, impelling the student's development throughout their learning process. In tutorials hours, outside classes, the teacher support to students during the execution of the assignment.

The evaluation methodology consisted of a written test and an assignment, both weighting 50% in the student's final mark.

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Principal:

Bell, J.; Ternus, K. (2017). Silent Selling: Best Practices and Effective Strategies in Visual Merchandising. 5ª Edição. Fairchild Books.

Carvalho, José C. (2016). Negociação. 5ª Edição. Edições Sílabo.

Correia, A. D. (2012). Manual de Negociação. LIDEL e Edições Técnicas, Lda.

Kunz, G. (2009). Merchandising: Theory, Principles, and Practice. 3ª Edição. Fairchild Books.

Lucas, R. (2014). Customer Service Skills for Success. 6ª Edição. McGraw-Hill Education.

Morgan, T. (2017). Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. 2ª Edição. Gustavo Gili.

Moreira, I. (2012). A Excelência no Atendimento. 4ª Edição. LIDEL.

Toister, J. (2017). The Service Culture Handbook: A Step-by-Step Guide to Getting Your Employees Obsessed with Customer Service. Toister Performance Solutions, Inc.

Complementar:

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

Brochand, B., Dionísio, P., Rodrigues, J.V. & De Baynast, A. (2010). Publicitor: C

Bibliography (Lim:1000)

Principal:

Bell, J.; Ternus, K. (2017). Silent Selling: Best Practices and Effective Strategies in Visual Merchandising. 5ª Edição. Fairchild Books.

Carvalho, José C. (2016). Negociação. 5ª Edição. Edições Sílabo.

Correia, A. D. (2012). Manual de Negociação. LIDEL e Edições Técnicas, Lda.

Kunz, G. (2009). Merchandising: Theory, Principles, and Practice. 3ª Edição. Fairchild Books.

Lucas, R. (2014). Customer Service Skills for Success. 6ª Edição. McGraw-Hill Education.

Morgan, T. (2017). Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. 2ª Edição. Gustavo Gili.

Moreira, I. (2012). A Excelência no Atendimento. 4a Edição. LIDEL.

Toister, J. (2017). The Service Culture Handbook: A Step-by-Step Guide to Getting Your Employees Obsessed with Customer Service. Toister Performance Solutions, Inc.

Complementar:

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

Brochand, B., Dionísio, P., Rodrigues, J.V. & De Baynast, A. (2010). Publicitor: C

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares

Inválido para efeito de certificação