Politécnico de Viseu
Tecnologia e Gestão Viseu

FICHA ECTS
Gestão da Força de Vendas
2021-22

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[3182374] Gestão da Força de Vendas [3182374] Sales Force Management
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:	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:	0000:00	(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:	0010:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Inválido para efeito de certificação

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3156] Maria Isabel Dias Rodrigues

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3156] MARIA ISABEL DIAS RODRIGUES

[3392] PATRÍCIA EMANUEL MALHEIRO ARAÚJO

Objetivos de Aprendizagem

Compreender a importância da força de vendas no marketing-mix das organizações.
Perceber as exigências no desempenhado da força de vendas, pois sendo esta a primeira linha de contato entre a empresa e os seus clientes e público em geral, é necessário motivar os vendedores para o desenvolvimento de importantes selling skills.
Desenvolver o desenho e organização da equipa de vendas de uma empresa.
Compreender o processo de venda e cada uma das suas etapas.
Perceber de que forma se realiza a gestão da força de vendas.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

Understand the importance of sales force in the marketing-mix
Understand the requirements in the sales force performed and the need to motivate sellers to develop key selling skills
Develop the design and organization of the sales team
Understanding the sales process and each of its stages
Understand the process of sales force management

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. A Força de Vendas e a sua importância nas empresas:
1.1. Evolução do conceito de Gestão de Vendas;
1.2. A empresa e a gestão de vendas: a coerência do marketing-mix;
1.3. O Gestor da Força de Vendas;
1.4. As funções dos vendedores e tipos de vendas.
2. A Organização da Força de Vendas.
3. O Processo de Venda e a atitude dos vendedores.
4. A Gestão da Força de Vendas:
4.1. Recrutamento e Seleção dos vendedores;
4.2. Formação dos vendedores;
4.3. Motivação da Força de Vendas;
4.4. Planeamento das vendas;
4.5. A Supervisão, Avaliação e Controlo da Força de Vendas.

Impresso para efeito de certificação

Syllabus (Lim:1000)

1.The Salesforce and its importance in organizations:
1.1.Evolution of the concept of Sales Management
1.2.The organization and sales management: the coherency of the marketing mix
1.3.The Sales Manager
1.4.The roles of salespeople and types of selling
2.Salesforce Organisation
3.The Selling Process and the attitude of the sellers
4.The management of the Salesforce:
4.1.Recruitment and selection
4.2.Salesperson training
4.3.Motivation and training
4.4.Planning sales
4.5.Salesforce evaluation

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 tutorais, 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.

Documento provisório para efeito de certificação

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Principal:

Hopkins, T. (2015). Vendas em tempos de crise: Como gerar resultados quando ninguém está comprando. Rio de Janeiro: Best Business.

Hopkins, T. (2018). Como ser um grande vendedor. Rio de Janeiro. Best Business.

Jobber, D.; Lancaster, G. (2015). Selling and Sales Management. Pearson.

Johnston, M., Marshall, G. (2016). Sales Force Management: leadership, innovation, technology. Routledge.

Justino, L. (2007). Direção comercial. Porto. Lidel.

Complementar:

Davis, K. (2017). The Sales Manager's Guide to Greatness: Ten Essential Strategies for Leading Your Team to the Top. Greenleaf Book Group Press.

Higgins, J. (2018). 10 Skills for Effective Business Communication: Practical Strategies from the World's Greatest Leaders. Tycho Press

Inválido para efeito de certificação

Bibliography (Lim:1000)

Main:

Hopkins, T. (2015). Vendas em tempos de crise: Como gerar resultados quando ninguém está comprando. Rio de Janeiro: Best Business.

Hopkins, T. (2018). Como ser um grande vendedor. Rio de Janeiro. Best Business.

Jobber, D.; Lancaster, G. (2015). Selling and Sales Management. Pearson.

Johnston, M., Marshall, G. (2016). Sales Force Management: leadership, innovation, technology. Routledge.

Justino, L. (2007). Direção comercial. Porto. Lidel.

Complementary:

Davis, K. (2017). The Sales Manager's Guide to Greatness: Ten Essential Strategies for Leading Your Team to the Top. Greenleaf Book Group Press.

Higgins, J. (2018). 10 Skills for Effective Business Communication: Practical Strategies from the World's Greatest Leaders. Tycho Press

Inválido para efeito de certificação

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares