

TeSP - Gestão Comercial e Vendas

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 12803/2021 - 29/12/2021

Ficha da Unidade Curricular: Técnicas de Venda e Negociação Comercial

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:14.0; PL:56.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 1 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600211

Área de educação e formação: Comércio

Docente Responsável

Sílvio Manuel Valente da Silva

Professor Adjunto

Docente(s)

Sílvio Manuel Valente da Silva

Professor Adjunto

Objetivos de Aprendizagem

Proporcionar os métodos e as técnicas necessárias à execução das funções de um vendedor. Habilitar os alunos para a organização, planeamento e avaliação de uma força de vendas numa empresa. Identificar e analisar criticamente as diferentes formas de comunicação profissionalizadas.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Proporcionar os métodos e as técnicas necessárias à execução das funções de um vendedor. Habilitar os alunos para a organização, planeamento e avaliação de uma força de vendas numa empresa. Identificar e analisar criticamente as diferentes formas de comunicação profissionalizadas em função das suas estratégias e objetivos. Compreender o relacionamento entre essas diferentes formas de comunicação e, também, a evolução a que se tem vindo a assistir em cada uma delas.

Conteúdos Programáticos

- 1-A venda e a sua gestão.
- 2-A natureza do processo de venda.
- 3-A função do vendedor.
- 4-A preparação da venda.
- 5-Prospeção de mercado; conceito, métodos e tratamento da informação.
- 6-Planeamento do contato com o cliente.
- 7-A apresentação da venda.
- 8-Técnicas de negociação.
- 9-Finalização da venda.
- 10-Gestão da Reclamação.
- 11-Fidelização.
- 12-Comunicação

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- 1-A venda e a sua gestão.
 - 1.1-Definição de venda
 - 1.2-A importância da venda nas empresas
 - 1.3-O velho modelo de vendas
 - 1.4-O novo modelo de vendas
- 2-A natureza do processo de venda.
 - 2.1-Momentos importantes nas vendas
 - 2.2-Fases da venda
- 3-A função do vendedor.
 - 3.1-O que é preciso para ser um bom vendedor
 - 3.2-Qual o perfil de um bom vendedor
 - 3.3-O que é um vendedor
 - 3.4-Guia para um vendedor aprendiz
 - 3.5-Atitude do vendedor
 - 3.6-Tipos de vendedores
 - 3.7-Objetivos dos vendedores
- 4-A preparação da venda.
 - 4.1-Organização da força de vendas
 - 4.2-Objetivos e estratégias de venda
 - 4.3-Fixação dos objetivos da força de vendas
 - 4.4-Metodologias para a fixação de objetivos relativos ao volume de negócios
 - 4.5-Distribuição da força de vendas
 - 4.6-Dimensão da força de vendas
- 5-Prospeção de mercado; conceito, métodos e tratamento da informação.
 - 5.1-Fase da pré-venda
 - 5.2-A distribuição e o ponto de venda
 - 5.3-Criatividade, facilidade para o cliente, redução de custos
 - 5.4-Fase da pós-venda
- 6-Planeamento do contato com o cliente.
 - 6.1-Técnicas de atendimento
 - 6.2-A entrevista
 - 6.3-Método Spin

- 7-A apresentação da venda.
- 7.1-Dez mandamentos para o sucesso em vendas
- 7.2-Os sete passos da venda
- 7.3-Os sete erros em vendas
- 7.4-Sete etapas de venda
- 7.5-O cliente
- 7.6-Tipos psicológicos de clientes
- 7.7-Na relação com o cliente
- 8-Técnicas de negociação.
- 8.1-Apresentação
- 8.2-Argumentação
- 8.3-Tipos de objeções
- 8.4-Tratamento das objeções
- 9-Técnicas de finalização da venda.
- 9.1-Pré fecho do negócio
- 9.2-Concessões
- 9.3-O fecho do negócio
- 10-Lidar com as queixas dos clientes.
- 10.1-Gestão das reclamações
- 11-Desenvolver relações com clientes.
- 11.1-Fidelização dos clientes
- 12-Comunicação.
- 12.1-O processo de comunicação
- 12.2-Técnicas de comunicação
- 12.3-Comunicação empresarial (interna, institucional e comercial)
- 12.4-O plano de comunicação

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua: realização de trabalho prático (40%)(individual ou em grupo) e um teste (60%, com nota mínima de dez valores).

Exame normal: Exame(100%).

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Roger, F. e Ury, W. e , . (2011). *Getting Toyes Negotiating Agreement Without Giving In* . 3, Pinguin. USA
- Schwab, L. e , . (2021). *Gestão de Vendas* (Vol. 1).. 1ª, ACTUAL-Grupo Almedina. Portugal

- Parra da Silva, M. e Infante, M. e Vaz Ribeiro, A. (2000). *Negociação, Técnicas e Ferramentas* (Vol. 1).. 1, Lidel. Portugal
- HBR, . e , . (2018). *Vendas* (Vol. 1).. 1ª, Actual. Lisboa

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Na unidade curricular de Técnicas de Venda e Negociação Comercial são abordados todos os conteúdos associados ao fenómeno das vendas desde a apresentação, argumentação, negociação e fecho de vendas. Enformar uma prática profissional assente numa metodologia de trabalho, que consiga adaptar-se aos novos desafios e novas tecnologias de comunicação.

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas com apoio de quadro e meios audiovisuais.
Resolução de casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

O acompanhamento dos temas expostos, os exemplos da realidade das empresas e a realização do trabalho, permite por em prática, o conhecimento adquirido e transpor para situações do dia a dia de um técnico comercial.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;

Docente responsável

Silvio
Silva

Assinado de forma
digital por Silvio Silva
Dados: 2022.03.03
18:32:31 Z

