

PLANO DE ENSINO
2015.1

Gestão de Vendas	
Módulo C	Carga Horária: 50 h
Ementa	Introdução aos conceitos de gestão de vendas sob o ponto de vista estratégico, tático e operacional. Investigação dos impactos de tendências, inovações e estratégias em marketing no direcionamento da força de vendas. Estudo do planejamento e processo de vendas.
Conteúdo	Introdução aos conceitos de gestão de vendas Impacto das inovações em vendas Estratégias de marketing direcionando a força de vendas Planejamento processo de vendas
Bibliografia Básica:	STANTON, William J., Rosann Spiro. Administração de vendas . Rio de Janeiro: L.T.C., 2000. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Vendas . São Paulo: Atlas, 1999. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING . Tradução Mônica Rosenberg; Cláudia Freire; Brasil Ramos. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. DUARTE, Fábio; CZAJKOWSKI JUNIOR, Sérgio. Cidade à venda: reflexões éticas sobre o marketing urbano. Rev. Adm. Pública, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, abr. 2007. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122007000200006&lng=pt&nrm=iso >. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122007000200006
Bibliografia Complementar:	GOBE, Antonio Carlos; FISCHER, César Henrique; SOUZA, José Júlio de ... [et al].. ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. MATTAR, Fauze Najib; OLIVEIRA, Braulio; QUEIROZ, Maurício Jucá de ... [et al].. GESTÃO DE PRODUTOS, SERVIÇOS, MARCAS E MERCADOS: ESTRATÉGIAS E AÇÕES PARA ALCANÇAR E MANTER-SE São Paulo: Atlas, 2009 CHURCHILL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. MARKETING: CRIANDO VALOR PARA OS CLIENTES . Tradução Cecília C. Bartalotti, Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2000. AZEVEDO, Elaine de. Riscos e controvérsias na construção social do conceito de alimento saudável: o caso da soja. Rev. Saúde Pública, São Paulo, v. 45, n. 4, ago. 2011. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102011000400019&lng=pt&nrm=iso >. acessos em 08 mar. 2013. http://dx.doi.org/10.1590/S0034-89102011000400019 . TREVISAN, Fernando Augusto. Balanço social como instrumento de marketing. RAE electron., São Paulo, v. 1, n. 2, dez. 2002. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482002000200017&lng=pt&nrm=iso . acessos em 08 mar. 2013.
Critério de Avaliação	Primeiro Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos, prova qualis valendo 2 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 2 pontos Segundo Bimestre: avaliação individual valendo 6 pontos e avaliações (exercício, trabalho, saída técnico pedagógica) valendo 4 pontos Substitutiva: na hipótese de ausência na avaliação individual e Recuperação nas vistas das provas e no último encontro.

AULA 1 – Primeira semana

Conteúdos	Apresentação Docente, Plano de Ensino, Planejamento do aula a aula, explicação dos critérios de avaliação, cronograma com as datas importantes, combinados (orientações gerais) para o semestre Planejamento Estratégico Organizacional e Gestão de Vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 2 – Segunda semana

Conteúdos	Gestão Estratégica da Força de Vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 3 - Terceira semana

Conteúdos	Preço, Serviço, Qualidade, Mix de produtos, Imagem do Produto, Reação à necessidade de mercado
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 4 – Quarta semana

Conteúdos	Análise do ambiente
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 5 - Quinta semana

Conteúdos	Oportunidades, ameaças, pontos fortes, pontos fracos a serem considerados na gestão de vendas.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 6 - Sexta semana

Conteúdos	Planejamento Estratégico de Vendas - Objetivos a serem considerados na gestão de vendas.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 7 – Sétima semana

Conteúdos	Vendas no contexto de marketing - O ambiente de vendas e de Marketing; Vendas e o estágio de desenvolvimento da empresa. - Marketing e Planejamento; Vendas e o Composto de Marketing
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 8 – Oitava semana

Conteúdos	Revisão dos principais conteúdos para a avaliação bimestral individual.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

Aula 9 – Nona semana

Instrumento	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 1º bimestre.
Crítérios	

Aula 10 - Décima semana

Conteúdos	Vistas das Provas, esclarecimento das dúvidas e informe da composição da nota. Revisão do conteúdo.
Metodologia	Atendimento individualizado para o esclarecimento de dúvidas. Revisão da Teoria com exercícios práticos.

AULA 11 – Décima primeira semana

Conteúdos	Elaboração do Plano de Vendas; Definição dos objetivos e estratégia da equipe de vendas Definição da estrutura da equipe de vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos.

AULA 12 – Décima segunda semana

Conteúdos	Elaboração do plano de vendas - Definição de Quotas de Vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 13 – Décima terceira semana

Conteúdos	Acompanhamento do plano de vendas, Orçamento de vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 14 – Décima quarta semana

Conteúdos	Controle do plano de vendas
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 15 – Décima quinta semana

Conteúdos	As funções de vendas e do vendedor - Organização da Força de Vendas, por produto, por cliente, por região, por produto/região, por produto/cliente, por cliente/região, por produto, cliente ou região
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 16 – Décima sexta semana

Conteúdos	Competências do profissional de vendas;Esboço do perfil, seleção e contratação
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 17 - Décima sétima semana

Conteúdos	Gestão de equipes de vendas envolvendo: Motivação, remuneração, formação e desenvolvimento.
Metodologia	Aula Expositiva, Interpretação de Cenários, Discussão e troca de informações entre alunos e docente, associação da teoria com exercícios práticos. Uso do sistema em sala de aula (excell) ou laboratório.

AULA 18 – Décima oitava semana

Conteúdos	Avaliação Bimestral Individual. Prova dissertativa e/ou múltipla escolha contemplando as competências e habilidades exploradas no ENADE.
Metodologia	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.

AULA 19 – Décima nona semana

Instrumento	Vistas e revisão de conteúdo
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Critérios	

AULA 20 – Vigésima Semana

Instrumento	Recuperação
Conteúdos	Conteúdo ministrado no 2º bimestre.
Critérios	