



Código: BiSuGST.121

Disciplina: Gerência de Vendas

Pré-requisito(s): -

Co-requisito(s): -

Carga Horária		
Teórica: 66.4	Prática: 0	Total: 66.4

Ementa:

Introdução à gestão de vendas. Conceitos, funções e evolução histórica. Campos de atuação. Análise potencial de mercado e previsão de vendas. Orçamentos do departamento de vendas. Técnicas de vendas e estruturação da equipe de vendas. As funções gerenciais de vendas. Avaliação da equipe de vendas. Seleção, treinamento e motivação e remuneração da equipe de vendas.

Objetivo Geral:

Apresentar aos alunos os processos de vendas, habilitando-os a utilizar técnicas de gestão de vendas e ferramentas de marketing como diferencial competitivo na busca de melhor desempenho organizacional.

Objetivo Específico:

1. Apresentar funções e objetivos da gerência da força de vendas;
2. Orientar o aluno a desenvolver e implementar um processo de treinamento eficaz de vendedores;
3. Capacitar os alunos no desenvolvimento de campanhas e concursos de vendas;
4. Apresentar métodos e técnicas que contribuam com a motivação e recompensa dos vendedores;
5. Apresentar ferramentas de marketing de relacionamento e fidelização de



clientes.

Bibliografia Básica:

COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994. 492 p. ISBN 8522411078. 5 exemplares

LAS CASAS, A. L. **Técnicas de vendas**. São Paulo: Atlas, 1989 0 exemplar

MOREIRA, Júlio César Tavares (Coord.). **Administração de vendas**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 388 p. ISBN 9788502060609. 5 exemplares

Bibliografia Complementar:

COSTA, Evaldo. **Como garantir três vendas extras por dia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 240 p. ISBN 8535217320. Número de chamada: 658.85 C837c (BI) 2 exemplares

GRECCO, Constantino. **Psicologia, técnica e prática de vendas**. São Paulo: Ibrasa, 1977. 143 p. Número de chamada: 658.85 G789p (BI) 2 exemplares

SENAC. **Administração mercadológica**. Rio de Janeiro, 1996. 80 p. ISBN 8585746157. Número de chamada: 658.8 S474a (BI) 2 exemplares

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2008. xxii, 600 p. ISBN 9788576051237. 4 exemplares

GRECCO, Constantino. **Psicologia, técnica e prática de vendas**. São Paulo: Ibrasa, 1977. 143 p. Número de chamada: 658.85 G789p (BI) 1 exemplar
