



PROJETO DE ENSINO - 2023.1

Disciplina G449 - GESTÃO DE VENDAS

1. EMENTA

Vendas e decisão de compra. Gestão comercial, pessoas, preços e processos. Administração do preço de venda (Pricing) e distribuição comercial. Ponto de venda (PDV), controles e análises de vendas.

2. PROGRAMA

UNIDADE I - Vendas e decisão de compra. (18 h/a)

OBJETIVO: Explicar o processo de vendas e o comportamento do consumidor na tomada de decisão da compra.

OBJETIVO: Demonstrar as peculiaridades intrínsecas ao processo de compra e sua importância nas transações comerciais.

01.01 - Conceitos, premissas e objetivos da venda;

01.02 - Fases do processo de vendas e canais de marketing;

01.03 - O consumidor: comportamento, classificação, valores e percepção humana;

01.04 - A compra: os ciclos motivacionais, tipos, papéis e fases.

UNIDADE II - Gestão comercial, pessoas, preços e processos. (22 h/a)

OBJETIVO: Definir a estrutura comercial com observação aos critérios de segmentação, delimitação e zoneamento de mercado.

OBJETIVO: Elaborar programa de formação para equipe de vendas com ênfase nas metas, nos fluxos e nos processos.

OBJETIVO: Ser respeitoso na avaliação do desempenho da equipe de vendas.

02.01 - Potencial de mercado e potencial de vendas, segmentação, delimitação e zoneamento de mercado;

02.02 - Principais áreas de decisão gerencial: metas, composição e quantificação da equipe de vendas;

02.03 - Recrutamento, seleção, treinamento e remuneração de vendedores;

02.04 - Controle e avaliação de desempenho de vendedores.

UNIDADE III - Administração do preço de venda (Pricing) e distribuição comercial. (12 h/a)

OBJETIVO: Explicar as estratégias de precificação e distribuição comercial na atividade gerencial de vendas.

OBJETIVO: Planejar a distribuição comercial de acordo com modais de transporte adequados à realidade empresarial.

OBJETIVO: Ser criterioso nos processos de precificação e distribuição comercial.

03.01 - Formação de preço de venda;

03.02 - Políticas de preço de venda;

03.03 - Planejamento logístico da distribuição comercial;

03.04 - Modais (Cross Docking, entrega fracionada, distribuidores, etc.).

O Projeto de Ensino somente terá validade para fins legais quando autenticado.

A carga horária do crédito até o semestre 2007.2 equivale a 15 h.

A partir do semestre 2008.1 a 18 h.

UNIDADE IV - Ponto de venda (PDV), controles e análises de vendas. (20 h/a)

OBJETIVO: Discutir a influência do merchandising na decisão de compra.

OBJETIVO: Elaborar os critérios de verificação e avaliação dos resultados de vendas com vistas ao processo de auditoria de venda.

OBJETIVO: Ser ético nos processos de verificação, avaliação e auditoria.

04.01 - Mix ideal de produtos, layoutização de loja e planograma;

04.02 - Merchandising em ponto de venda;

04.03 - Classificação e planejamento dos controles de vendas;

04.04 - Ferramentas de auditoria de vendas.

3. ELABORADORES

Prof. Josimar Souza Costa.

Profa. Milena Reis Auip Barbosa.

Prof. Wilson Ribeiro Lins.

4. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Caracteriza-se como Componente Curricular EAD - CCEAD, teórico, integrante da matriz curricular, regido pela Resolução CEPE Nº 13, de 26 de fevereiro de 2021, no qual o rendimento acadêmico é aferido por uma composição de notas advindas de atividades avaliativas processuais (Aproc) e presenciais (Apres), acompanhadas pelo professor orientador e o tutor, tendo como Nota Final única mínima para aprovação 5,0 (cinco vírgula zero), com possibilidade de "repercurso" de aprendizagem para recuperação do desempenho, mediante a aplicação de Avaliação Substitutiva (AS), de acordo com critérios definidos no normativo.

5. BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica

ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal . Trade marketing: a conquista do consumidor no ponto de venda. São Paulo: Saraiva, 2007. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502121386>. (DIGITAL) (Cód.:6732)

COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788595155787>. (DIGITAL) (Cód.:30141)

D'ANDREA, Rafael ; GUISSONI, Leandro Angotti ; CÔNSOLI, Matheus Alberto. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522474363>. (DIGITAL) (Cód.:8312)

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522483129>. (DIGITAL) (Cód.:30335)

TEIXEIRA, Thales S.. Desvendando a cadeia de valor do cliente: como a decoupling gera disrupção do consumidor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788550814346>. (DIGITAL) (Cód.:30994)

_Periódico_1: MARKETING INTELLIGENCE & PLANNING. Bingley: Emerald publishing, 1994-. Periodicidade. ISSN: 0263-4503. Disponível em: [/www.emeraldgroupublishing.com/journal/mip](http://www.emeraldgroupublishing.com/journal/mip)>. Acesso em: 12 mar. 2021. Possui Qualis A1 na área de Administração Pública e de empresas, quadriênio 2013-2016. Portal de Periódicos Capes, base Emerald. (Cód.:999999)

O Projeto de Ensino somente terá validade para fins legais quando autenticado.

A carga horária do crédito até o semestre 2007.2 equivale a 15 h.

A partir do semestre 2008.1 a 18 h.

5. BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica

_Periódico_2: REVISTA BRASILEIRA DE MARKETING. São Paulo: Universidade Nove de Julho, 2002-. Trimestral. ISSN: 2177-5184. Disponível em: [/www.revistabrasileirmarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/about/contact](http://www.revistabrasileirmarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/about/contact)>. Acesso em: 10 Mar. 2021. Possui Qualis B1 na área de Administração pública e de empresas, quadriênio 2013-2016. Portal de Periódicos Capes, base DOAJ. (Cód.:999999)

Bibliografia Complementar

ALVAREZ, Francisco J. S. M. ; CARVALHO, Marcos R.. Gestão eficaz da equipe de vendas: venda mais adequando sua equipe aos clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571440616>. (DIGITAL) (Cód.:29336)

BIAGIO, Luiz Arnaldo. Como calcular o preço de venda. Barueri: Manole, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788520447321>. (DIGITAL) (Cód.:2663)

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de vendas: uma abordagem introdutória. 4. ed. Barueri: Atlas, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786559772841>. (DIGITAL) (Cód.:35210)

GONÇALVES, Carlos Icarahy. De vendedor para vendedor: aspectos a considerar sobre as relações com o cliente. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. Disponível em: <https://lectio.com.br/dashboard/midia/detalhe/727>. (DIGITAL) (Cód.:83)

MOREIRA, Júlio César Tavares. Administração de vendas. 2. ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2007. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502108585>. (DIGITAL) (Cód.:35312)

_Periódico_1: JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING. New York: Direct Marketing Educational Foundation, 1998-. Trimestral. ISSN: 1094-9968. Disponível em: [/www-sciencedirect.ez151.periodicos.capes.gov.br/journal/journal-of-interactive-marketing](http://www-sciencedirect.ez151.periodicos.capes.gov.br/journal/journal-of-interactive-marketing)>. Acesso em: 10 mar. 2021. Possui Classificação A1 na área de Administração Pública e de empresas, quadriênio 2001-2016. Portal de Periódicos Capes, base Science direct. (Cód.:999999)

_Periódico_2: JOURNAL OF MACROMARKETING. Thousand Oaks: Sage publications, 1999-. Trimestral. ISSN: 0276-1467. Disponível em: [/journals-sagepub-com.ez151.periodicos.capes.gov.br/loi/jmk](http://journals-sagepub-com.ez151.periodicos.capes.gov.br/loi/jmk)>. Acesso em: 16 mar. 2021. Possui Qualis A1 na área de Administração Pública e de empresas, quadriênio 2013-2016. Portal de Periódicos Capes, base Sage. (Cód.:999999)

O Projeto de Ensino somente terá validade para fins legais quando autenticado.

A carga horária do crédito até o semestre 2007.2 equivale a 15 h.

A partir do semestre 2008.1 a 18 h.