



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
GESTÃO COMERCIAL E DAS VENDAS

Ano Lectivo 2020/2021

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

GESTÃO COMERCIAL E DAS VENDAS (V1029)

5. Área Científica

6. Ano curricular

3º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

Aulas Teóricas:	
Aulas Práticas:	
Aulas Teórico-práticas:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora CARLA ALEXANDRA SILVA REBELO

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Esta unidade curricular pretende contribuir para a compreensão da função de uma direcção comercial.

15. Objectivos Específicos

No final do processo de aprendizagem, o aluno deverá ser capaz de:

(1) perceber os principais temas relacionados com os processos de venda e negociação junto de clientes consumidores e de empresas, (2) fazer previsões de orçamentos de venda, (3) compreender o que é inteligência emocional e usar técnicas relacionadas para orientar reuniões de venda e gerir equipas de venda.

16. Competências a adquirir

As competências a adquirir fazem parte integrante dos objetivos da unidade curricular, isto é :desenvolver capacidades relacionadas com o processo de venda, saber fazer previsões e orçamentos de venda, desenvolver o gosto e as capacidades relacionadas com a inteligência emocional aplicada à gestão de equipas de venda e relacionamento com clientes.

17. Metodologia de ensino

A metodologia é expositiva e baseada nas principais teorias existentes bem como nos modelos práticos e operacionais em contexto corporativo. Aplicar-se-ão casos concretos aos temas em discussão.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Estratégia comercial
2. Crossselling
3. Planeamento
4. Gestão do Tempo
5. Intensidade, Orientação, Qualidade
6. Preparação das visitas comerciais
7. Métricas, KPIs e monitorização
8. Gestão de equipas
9. Networking
10. Proposta de valor
11. Portfolio
12. Carteira de clientes
13. Canais de venda
14. Comportamento de compra do consumidor
15. A equipa de vendas
16. Inteligência Emocional
17. Comunicação e storytelling
18. A venda como um processo

19. Métodos de Avaliação

A avaliação desta unidade curricular basear-se-á no Regulamento da Universidade Lusíada, com 2 momentos individuais de avaliação em forma de teste escrito (2x30%) e com a produção de 1 trabalho de grupo (40%).

20. Recursos Didáticos

Casos de estudo
Bibliografia recomendada
Exercícios
Apresentações em Power Point

21. Palavras Chave

Força de vendas
Cliente
Concorrência
Inteligência emocional
Estratégia comercial
Desenvolvimento



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Miguel, A., Rocha, A., Rohrich, O.
Título: Gestão Emocional de Equipas
Edição: 1ª Ano: 2008
Local: Lisboa
Editora: LIDEL

Autor(es): Richradson, L.
Título: Venda Perfeita,
Edição: 1ª Ano: 2009
Local: São Paulo
Editora: M.Books

Autor(es): Kotler, P. e Keller, K.
Título: Administração de Marketing
Edição: 14ª edição Ano: 2014
Local: São Paulo
Editora: Person

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'GESTÃO COMERCIAL E DAS VENDAS': Ano Lectivo 2020/2021
Autor	Prof. Doutora CARLA ALEXANDRA SILVA REBELO
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	29-01-2021 22:50:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2021	