

DISCIPLINA: Operações de Vendas	CÓDIGO: G00OVEN0.01
--	----------------------------

VALIDADE: a partir de janeiro de 2017

TÉRMINO:

Carga Horária: Total: 60 horas/aula Semanal: 04 aulas Créditos: 04

Modalidade: Teórica

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Básica – Formação Profissional

Ementa:

Gerência de vendas e produção: coordenação e integração aos objetivos de marketing da empresa; Planejamento e controle do esforço de venda pessoal: práticas correntes; Métodos de organização; Avaliação e controle; Promoção de vendas, propaganda, reações públicas e merchandising.

Curso	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Administração		5 – Mercadológico		x

Departamento/Coordenação: Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA)

INTERDISCIPLINARIDADES

Pré-requisitos	Código
O aluno deverá ter integralizado 1440 horas ou, equivalentemente, 96 créditos no curso.	
Co-requisitos	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Disciplinas para as quais é co-requisito	

	Objetivos
1	Capacitar o entendimento e a compreensão da importância da operação de vendas no planejamento da empresa a curto, médio e longo prazo.
2	Desenvolver a aplicabilidade das técnicas de maximização de resultados, com base em diversos perfis de equipes de vendas
3	Desenvolver a capacitação em organização, liderança e controle de equipes de vendas, em busca da operacionalização dos objetivos e das metas traçadas pela empresa.

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Planejamento operacional de vendas	05
2	Definição de objetivos, metas e estratégias de vendas	10



3	Varejo eletrônico, novas mídias e canais de vendas	15
4	Globalização do varejo e impacto na operação de vendas	15
5	Gerenciamento e controle da operação de vendas	05
6	Desenvolvimento de Plano Operacional de Vendas	10
Total		60

Bibliografia Básica	
1	CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão . São Paulo: Atlas, 2005.
2	FUTRELL, Charles M. Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão . Tradução de Lenke Perez, Cecília C. Bartalotti. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2003
3	SIQUEIRA, Antonio Carlos Barroso de. Vendas industriais: técnicas e instrumentos para a venda business to business . São Paulo: Atlas, 1995.

Bibliografia Complementar	
1	COBRA, M. Administração de vendas . 3. ed. São Paulo, Atlas, 1986.
2	LAS CASAS, A. L.. Marketing de varejo . 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
3	PESSOA, C. Negociação aplicada . São Paulo: Atlas, 2008.
4	TEIXEIRA, E A. et al. Gestão de vendas . 4. ed. , rev. atual. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
5	TEJON M.; COBRA, M. Gestão de vendas: os 21 segredos do sucesso . São Paulo: Saraiva, 2007.