

DISCIPLINA: Operações de Vendas	CÓDIGO: 2ADM.028
--	-------------------------

VALIDADE: a partir de agosto de 2010

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.
4	Capacitar o entendimento e a administração dos novos canais de vendas no varejo global

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	<i>Market Exposure</i> : Desenvolvimento de Plano Operacional de Vendas	10
Total		60

Bibliografia Básica

1	FUTRELL, C. M. Vendas : fundamentos e novas práticas de gestão. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
2	GOBE, A. C. et al. (Coord.). Administração de vendas . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
3	SIQUEIRA, A. C. B. de. Vendas industriais : técnicas e instrumentos para a venda business to business, São Paulo: Atlas, 1995.

Bibliografia Complementar

1	COBRA, Marcos. Administração de vendas . 3. ed. São Paulo: Atlas, 1986.
2	FERREIRA, Gonzaga. Negociação : como usar a inteligência e a racionalidade. São Paulo: Atlas, 2008.
3	GONÇALVES, M. N. Varejo : administração de empresas comerciais. 3. ed. São Paulo: SENAC, 2001.
4	MEGIDO, José Luiz T.; SZULCSEWSKI, Charles J. Administração estratégica de vendas e canais de distribuição . São Paulo: Atlas, 2002.
5	MINADEO, Roberto. Gestão de marketing : fundamentos e aplicações. São Paulo: Atlas, 2008.