



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

DISCIPLINA: Técnicas de Negociação	
Vigência: a partir de 2023/1	Período letivo: 2º ano
Carga horária total: 60h	Código: TEC.0865
Ementa: Estudo do processo de vendas, papel dos gestores e sistema de vendas, a partir da estruturação, organização e controle da força de vendas.	

Conteúdos

UNIDADE I – Natureza do Processo de Vendas

- 1.1 Conceito, origem e desenvolvimento do processo

UNIDADE II – Papel dos Gestores de Vendas

- 2.1 O papel dos gestores
- 2.2 Seleção e avaliação dos gestores

UNIDADE III – O Sistema de Vendas

- 3.1 Análise do mercado
- 3.2 Potencial do mercado
- 3.3 Estruturação da força de vendas
- 3.4 Avaliação de desempenho e sistemas de recompensa da força de vendas

UNIDADE IV – Indicadores de Desempenho

- 4.1 Conceitos de indicadores
- 4.2 Construção e avaliação dos indicadores

UNIDADE V – Organização e Controle da Força de Vendas

- 5.1 Organização do território de vendas
- 5.2 Desenvolvimento e treinamento
- 5.3 Auditoria de vendas

Bibliografia básica

CASTRO, Luciano Thomé; NEVES, Marcos Fava. **Administração de vendas:** planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2008.
COBRA, Marcos. **Administração de Vendas.** São Paulo: Atlas, 2004.
KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing:** a bíblia do marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Vendas:** uma abordagem introdutória. São Paulo: Manole, 2014.
GONÇALVES, David. **Vendas & marketing:** como criar e manter clientes. São Paulo: Rumo, 1991.



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

MEINBERG, José Luiz; TOMANINI, Cláudio; TEIXEIRA, Elson; PEIXOTO, Luiz Carlos. **Gestão de Vendas**. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

NAKAMURA, Rodolfo Reijiro. **E-Commerce na Internet: fácil de entender**. 1.ed. São Paulo: Érica, 2001.

RIBEIRO, Lair. **Uma venda não ocorre por acaso: saber vender: cérebro, coração na arte, ciência de marketing e vendas**. 2.ed. Belo Horizonte: Leitura, 2004.