

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM MARKETING Curso Nº: 9314 Nº de Registo:	Unidade Curricular: DIRECÇÃO DE VENDAS Código:
--	---

Ano: 1º	Créditos ECTS:	Tipo: TP	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 2º	6	Teórico-Prática	Total: 160	Contacto: 40
Área Científica: Ciências do Marketing Código: CM			Regente: Orlando Faisca, Prof. Auxiliar Conv.	
<p>Competências a Adquirir: Focalizada na Gestão da Força de Vendas, esta unidade curricular visa desenvolver conhecimentos e competências ao nível da Gestão e Coordenação Comerciais.</p> <p>Potenciará as capacidades de liderança e coordenação da Força de Vendas, enquadrada no desafio do mercado actual.</p> <p>Desenvolverá competências específicas na definição, planeamento e implementação das actividades de uma equipa comercial.</p> <p>Desenvolverá também capacidades de análise, motivação e controlo da Força de Vendas.</p> <p>Permitirá ao Gestor compreender os princípios fundamentais da Gestão de uma Força de Vendas.</p>				
<p>Descrição do Programa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) A Direcção de Vendas 2) Gestão e Liderança Comerciais 3) A Gestão da Força de Vendas 4) As Novas Tecnologias e a Direcção de Vendas 				
<p>Metodologia:</p> <p>A unidade curricular desenvolve-se através de sessões de contacto, teórico-práticas, com uma forte componente prática, nas quais se promoverá uma constante participação dos alunos através da análise e discussão dos temas em estudo, aplicando-os em situações diversas do mercado actual. Desta forma, a assiduidade regular às sessões de contacto assume uma relevante importância na correcta assimilação e aprendizagem do conteúdo programático.</p> <p>As sessões de contacto serão integralmente apresentadas e projectadas com recurso a equipamento de <i>data show</i>.</p>				
<p>Avaliação:</p> <p>Esta unidade curricular é do tipo teórica.</p> <p>A avaliação inclui as seguintes componentes ponderadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teste individual (50%) - Assiduidade e participação nas sessões de contacto (10%) - Teste em grupo (40%) 				
<p>Bibliografia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1/ Machuret, J.J., Deloche, D., e D'Amart, J.C.: <i>Comerciator - Teoria e Práticas da Vida e da Qualidade nos Sistemas de Vendas</i>; Publicações Dom Quixote 2/ Calvin, Robert: <i>Sales Management Demystified</i>; McGrawHill, Last edition 3/ Miller, William: <i>ProActive Sales Management</i>; Amacom Edition, 2009 4/ 5/ 				