

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

**FICHA DE DISCIPLINA**

Disciplina: <b>ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS</b>		Departamento:  Administração
Periodo/ Ano <b>6° .</b>	Curso : <b>ADMINISTRAÇÃO</b>	
Código:  <b>CAA 59</b>	Carga Horária Semestral / Anual: Teórica [ 60 ]      Prática [ -- ] Total [ 60 ] Créditos [ 04 ]	Do Currículo Mínimo (    ) ( x ) Obrigatória (    ) Complementar (    ) Optativa
Pré-Requisitos: Administração Mercadológica 2		Co-Requisitos:
Objetivo da Disciplina:  Propiciar ao aluno o conhecimento de todo o processo que envolve o sistema e a Administração de vendas do contexto empresarial, bem como as variáveis que afetam as decisões em vendas.		
Ementa do Programa:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• A importância da função de vendas no Composto Mercadológico</li> <li>• Os principais conceitos relacionados às decisões na Administração de vendas</li> <li>• Objetivos e funções da Administração de Vendas</li> <li>• Planejamento de Vendas</li> <li>• Organização de Vendas</li> <li>• Motivação em Vendas</li> <li>• Técnicas de Vendas</li> <li>• Controle de Vendas</li> </ul>		
Bibliografia Básica:  COBRA, Marcos. <u>Administração de Vendas</u> . 3ª . ed., S. Paulo, Atlas, 1987 KOTLER, Philip. <u>Marketing</u> . Edição Compacta, S. Paulo, Atlas, 1987 SOLDOW, F. Gary & Thomas, P. Gloria. <u>Vendas: Profissionalização para a Década 1990</u> . S. Paulo, Makron Books, 1993		
_____/_____/_____		_____/_____/_____
_____ Coordenador do Curso		_____ Diretor

- 1- Introdução à Administração de Vendas
  - Conceito de Marketing X Conceito de Vendas
  - Sistemas de Vendas: Venda Pessoal e Venda Impessoal
  - O Sistema de Marketing: Os 4 As
  - O papel do Vendedor no Marketing
- 2- Avaliação das Oportunidades de Mercado
  - Potencial de Mercado e Potencial de Vendas
  - Índice de Potencial de Consumo ALPHA
  - Demanda de Mercado e Demanda de Empresa
  - Previsão de Vendas e Orçamento de Vendas
- 3- Organização de Vendas
  - Zoneamento de Organização do território de Vendas
  - Estruturação da força de Vendas
- 4- Administração de Variáveis Relacionadas ao Desempenho de Vendas
  - A abordagem do Treinamento de Vendas
  - Passos estratégicos no Processo de Vendas
  - A Interação de Vendas
- 5- Técnicas de Vendas
  - Técnicas de Negociação em Vendas
  - Telemarketing
  - Sistemas de Vendas Direto
- 6- Motivação em Vendas
  - Sistemas de Remuneração da Equipe de Vendas
  - Planos de Incentivo de Vendas
- 7- Controle de Vendas
  - Análise da Produtividade de Vendas
  - Auditoria de Vendas

