

CURSO DE LICENCIATURA EM MARKETING FARMACÊUTICO

Unidade curricular:

Técnicas Comerciais I

Curricular Unit:

Commercial Techniques I

Docente responsável (preencher o nome completo):

Responsible academic staff member (fill in the fullname):

Ricardo Manuel Soares de Jesus Damas

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver (1000 caracteres);

O objetivo da disciplina é transmitir as regras básicas de um processo de venda na área da saúde, tendo em consideração a especificidade dos clientes envolvidos, nomeadamente o público em geral. A componente teórica é associada a uma forte componente prática, no sentido de preparar os alunos para realizarem a sua atividade profissional de forma correta, profissional e rentável.

Os alunos deverão ser capazes de saber e compreender a importância das técnicas de abordagem aos clientes - alvo específicos. Os alunos deverão ser capazes de fazer simulações de vários contactos com clientes - alvo, para assim obterem uma desenvoltura superior no seu atendimento e deter conhecimento das suas verdadeiras necessidades.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed (1000 caracteres)

The purpose of this discipline is to transmit the basics of a sales process in health, considering the specificity of the clients involved, including the general public. The theoretical component is associated with a strong practice in order to prepare students to carry out their work properly, professional and profitable.

Students should be able to know and understand the importance of the technical approach to specific client -target. Students should be able to do simulations related to contact with target-customers, in order to obtain a superior agility in customer care, being aware of their true needs.

Conteúdos programáticos (1000 caracteres):

1. Tipos De Venda

1.1. Enquadramento Das Vendas no Marketing

1.2. Venda Pessoal

1.3. Venda Telefónica

2. Organização Da Força De Vendas

- 2.1. Funções Da Força De Vendas
- 2.2. Dimensão Da Força De Vendas
- 2.3. Estrutura Da Força De Vendas
- 2.4. Estatuto Da Força De Vendas
3. Planeamento Das Atividades De Venda
- 3.1. Fixação De Objetivos Na Força De Vendas
- 3.2. Planificação De Atividades Na Força De Vendas
- 3.3. Gestão Do Tempo Da Força De Vendas
4. Técnicas de Negociação

Syllabus (1000 caracteres)

1. Types Of Sale
- 1.1. In the framework of Sales Marketing
- 1.2. Personal Selling
- 1.3. Telephone Sales
2. Sales Force Organization
- 2.1. Functions of the Sales Force
- 2.2. Sales Force Size
- 2.3. Structure Sales Force
- 2.4. Sales force status
3. Planning of sales activities
- 3.1. Setting targets sales force
- 3.2. Planning of activities in the Sales Force
- 3.3. Time Management Sales Force
4. Negotiation Skills

Referências bibliográficas (máximo três títulos):

- CÂMARA, Pedro B., GUERRA, Paulo Balreia, RODRIGUES, Joaquim Vicente (1997), "Humanator. Recursos Humanos e Sucesso Empresarial", Publicações Dom Quixote
- LINDON, D., LENDREVIS J., RODRIGUES, J. V., DIONISIO, P. (2000), "Mercator", Publicações Dom Quixote, Lisboa
- SUSAC, K (2004), "Os Segredos das Vendas de Sucesso", Plátano Editora, Lisboa

O regente (data e assinatura):