

**CURSO DE LICENCIATURA EM MARKETING FARMACÊUTICO**

**Unidade curricular:**

Técnicas Comerciais II

Curricular Unit:

Commercial Techniques II

**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 solidificar 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.

Deverão manter parcerias comerciais com os clientes de forma estratégica, ética e lucrativa.

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

The purpose of discipline is to solidify 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 in a properly, professional and profitable way.

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 client-target, in order to obtain a superior agility in customer care, being aware of their true needs.

Shall maintain business partnerships with customers in a strategic, ethical and profitable relationship.

**Conteúdos programáticos (1000 caracteres):**

1. A Chefia e a Liderança na Força de Vendas

- 1.1. Autoridade e Poder.
- 1.2. Cooperação e Conflito.
- 1.3. Disciplina.
2. Aplicação das Técnicas de Comercialização
  - 2.1. Execução das Estratégias.
  - 2.2. Seleção e Classificação dos Clientes.
  - 2.3. Organização do Mercado.
  - 2.4. Investigação do Mercado.
3. Desenvolvimento dos Recursos Humanos
  - 3.1. Seleção da Força de Vendas.
  - 3.2. Formação, Treino e Animação da Força de Vendas.
  - 3.3. Avaliação.
  - 3.4. Remuneração.
4. Merchandising
5. Vitrinismo

Syllabus (1000 caracteres)

1. The Leadership and Leadership in Sales Force
  - 1.1. Authority and Power.
  - 1.2. Cooperation and Conflict.
  - 1.3. Discipline.
2. Application of Technical Marketing
  - 2.1. Implementation of Strategies.
  - 2.2. Selection and Classification of Clients.
  - 2.3. Market Organization.
  - 2.4. Market Research.
3. Human Resource Development
  - 3.1. Selection of the Sales Force.
  - 3.2. Education, Training and Entertainment Sales Force.
  - 3.3. Evaluation.
  - 3.4. Compensation.
4. Merchandising
5. Showcases

**Referências bibliográficas (máximo três títulos):**

- CHIAVENATO, Idalberto (1998), "Recursos Humanos", 5ª Ed., Atlas, S. Paulo
- PERETTI, J. M. (1997), "Recursos Humanos", Ed. Sílabo, Lisboa
- ASHTON, R. (2005), "Como Vender", Plátano Editora, Lisboa



**INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE SAÚDE DO NORTE**  
ESCOLA SUPERIOR DE SAÚDE DO VALE DO AVE

## FICHA RESUMO DE UNIDADE CURRICULAR

O regente (data e assinatura):