

Referencial do Curso Gestão de Vendas



[2010]

1. DATA DE INICIO:

A definir.

2. DATA DE FIM:

A definir.

3. MÓDULOS:

Módulo 1 - A Evolução do Conceito de Gestão de Vendas

Módulo 2 - A informação como arma de “ataque”

Módulo 3 - Gestão de vendas

Módulo 4 - Supervisão

Módulo 5 - Acompanhamento da força de vendas

Módulo 6 - Reuniões comerciais

Módulo 7 - Avaliação das forças de vendas

Módulo 8 - Remuneração das forças de vendas

Módulo 9 - Gerir expectativas

Módulo 10 - Tipos de objectivos

Módulo 11 - Recursos humanos/ formação

Módulo 12 - Técnica de vendas

4. DURAÇÃO:

20Horas

5. FORMADOR:

A definir

6. DESTINATÁRIOS:

Este curso é dirigido aos Chefes de Vendas, Directores Comerciais, Gestores de Vendas, Gestores de Equipas de Vendas, Chefes de Vendas, Vendedores e todos os profissionais que, no exercício da sua função, exerçam funções de gestão na área das vendas, estudantes e o público em geral.

7. PRÉ-REQUISITOS:

- Esta acção está concebida para um máximo de 12 formandos por acção.

8. OBJECTIVO GERAL:

- Pretende-se com o curso Gestão de Vendas, que no final os formandos tenham adquirido as competências necessárias para o desempenho da sua função na área de Gestão Comercial.

9. OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

No final do módulo o formando deverá ser capaz de:

- O objectivo deste curso visa dotar os profissionais da área de gestão das vendas de capacidade e conhecimentos que permitam identificar os principais elementos que compõem a força de vendas, identificar os principais elementos e características que compõem uma força de vendas, reconheçam a importância da força de vendas na empresa, assim como os principais instrumentos de trabalho e que interpretem os conceitos de supervisão, avaliação e controlo das forças de vendas.

10. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Módulo 1 - A Evolução do Conceito de Gestão de Vendas

- A. Venda estratégica
- B. A sua construção ao longo da história
- C. Os mitos versus as novas tendências

Módulo 2 - A informação como arma de “ataque”

Módulo 3 - Gestão de vendas

- A. Gestão da força de vendas
- B. Funções do chefe de vendas
- C. Organização da força de venda

Módulo 4 - Supervisão

Módulo 5 - Acompanhamento da força de vendas

Módulo 6 - Reuniões comerciais

Módulo 7 - Avaliação das forças de vendas

Módulo 8 - Remuneração das forças de vendas

Módulo 9 - Gerir expectativas

Módulo 10 - Tipos de objectivos

Módulo 11 - Recursos humanos/ formação

Módulo 12 - Técnica de vendas

11. MODALIDADE DE FORMAÇÃO:

Formação Inicial.

12. METODOLOGIAS:

Formação presencial (em sala) – será seguida uma metodologia baseada em pedagogia activa, recorrendo-se de forma estruturada ao método interrogativo, corrigindo e estabilizando conhecimentos e comportamentos associados aos objectivos do programa.

Formação prática (em sala) – resolução de exercícios práticos de aplicação.

13. FORMAS DE ORGANIZAÇÃO:

A Formação será ministrada em sala.

14. AVALIAÇÃO:

O aproveitamento no curso de formação é objecto de Avaliação de acordo com as seguintes fases:

- Avaliação diagnóstica aos conhecimentos dos formandos realizada no início da sessão utilizando o método interrogativo.
- Avaliação formativa realizada através da aplicação de exercícios práticos ao longo da sessão.

15. RECURSOS MATERIAIS E PEDAGÓGICOS:

- Manuais de apoio devidamente ilustrados;
- Exercícios práticos;
- Dossier técnico pedagógico;
- Salas com espaço, sonorização e luminosidade adequadas;
- Quadro cerâmico ou “Flip Chart”
- Computador portátil
- Vídeo Projector

16. LOCAL:

A definir