



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Negociação e Vendas

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Negotiation and Sales

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

140

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

TP - 30 H



% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

.

ECTS

5

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Manuel José Marques Batista (4 h)

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Manuel José Marques Batista (4 h)

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Paulo Duarte (26 h)

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Paulo Duarte (26 h)



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Pretende-se que os alunos:

- Compreendam e operacionalizem as modernas ferramentas de vendas, de negociação e de gestão de equipa de vendas, num ambiente caracterizado por um enquadramento ético-legal específico;
- Pretende-se que os alunos entendam e sejam capazes de operacionalizar as ferramentas de vendas, de negociação e de gestão de equipa de vendas no sector farmacêutico.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Students should:

- *Understand and make operational the modern sales, negotiation and sales team management tools, in an environment characterized by a specific ethical-legal framework;*
- *It is intended that students understand and be able to operationalize the sales, negotiation and sales team management tools in the pharmaceutical sector.*

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- Conceitos fundamentais (Vendas e Negociação);
- A evolução dos conceitos de Marketing e a sua influência na gestão de Vendas no setor farmacêutico;
- Vendas e as suas consequências estratégicas no Marketing-mix no setor farmacêutico;
- Os fatores-chave da gestão da equipa de vendas no setor farmacêutico;
- A gestão do cliente e o trabalho de equipa;
- Técnicas de venda e o trabalho dos vendedores;
- Estruturas e funções de vendas e de direção de vendas;
- Liderança & Coaching
- Novas funções na Indústria Farmacêutica
- Negociação de vendas.



SYLLABUS:

- Fundamental Concepts (Sales and Trading);
- The evolution of Marketing concepts and its influence on Sales management in the pharmaceutical sector;
- Sales and its strategic consequences on the Marketing-mix in the pharmaceutical sector;
- The key factors in managing the sales team in the pharmaceutical sector;
- Customer management and teamwork;
- Sales techniques and the work of salespeople;
- Sales and sales management structures and functions;
- Leadership & Coaching
- New roles in Pharmaceutical Industry
- Sales negotiation.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

Compreender e operacionalizar as modernas ferramentas de vendas, de negociação e de gestão de equipa de vendas, num ambiente caracterizado por um enquadramento ético-legal específico - Conceitos fundamentais (Vendas e Negociação); A evolução dos conceitos de Marketing e a sua influência na gestão de Vendas no setor farmacêutico; Vendas e as suas consequências estratégicas no Marketing-mix no setor farmacêutico; Os factores-chave da gestão da equipa de vendas no setor farmacêutico.

Entender e operacionalizar as ferramentas de vendas, de negociação e de gestão de equipa de vendas no sector farmacêutico - A gestão do cliente e o trabalho de equipa; Técnicas de venda e o trabalho dos vendedores; Estruturas e funções de vendas e de direção de vendas; Negociação de vendas.

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

Understand and operationalize modern sales, negotiation and sales team management tools, in an environment characterized by a specific ethical-legal framework - Fundamental concepts (Sales and Negotiation); The evolution of Marketing concepts and its influence on Sales management in the pharmaceutical sector; Sales and its strategic consequences on the Marketing-mix in the pharmaceutical sector; The key factors in managing the sales force in the pharmaceutical sector.

Understand and operationalize sales, negotiation and sales team management tools in the pharmaceutical sector - Customer management and teamwork; Sales techniques and the work of salespeople; Sales and sales management structures and functions; Sales negotiation.



METODOLOGIAS DE ENSINO:

Metodologia expositiva, ativa e interativa:

- Aulas expositivas dos docentes com incentivo à análise crítica dos alunos - Assiduidade, participação e qualidade das intervenções;
- Trabalho de grupo (TG);
- Trabalho individual (TI) .

TEACHING METHODOLOGIES:

Methodology exhibition, active and interactive:

- *Lectures with the teacher encouraging students' critical analysis - assiduity, participation and quality of interventions;*
- *Group work;*
- *Individual work .*

AVALIAÇÃO

CONTÍNUA:

- Aulas expositivas dos docentes com incentivo à análise crítica dos alunos - Assiduidade, participação e qualidade das intervenções - 20%;
- Trabalho de grupo (TG) - 50%;
- Trabalho individual (TI) - 30% .



EVALUATION

CONTINUOUS:

- *Lectures with the teacher encouraging students' critical analysis - assiduity, participation and quality of interventions - 20 %;*
- *Group work - 50 %;*
- *Individual work - 30 % .*

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Aulas expositivas dos docentes com incentivo à análise crítica dos alunos - Assiduidade, participação e qualidade das intervenções - com todos os objetivos;

Trabalho de grupo em atividade de prática simulada (hipótese) - A gestão do cliente e o trabalho de equipa; Técnicas de venda e o trabalho dos vendedores; Negociação de vendas.

Trabalho individual em atividades de pesquisa - com todos os objetivos.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Lectures by teachers encouraging critical analysis of students - Attendance, participation and quality of interventions - with all objectives;

Group work in simulated practice activity (hypothesis) - Client management and teamwork; Sales techniques and the work of salespeople; Sales negotiation.

Individual work on research activities - with all goals.



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

ROCCATO, P. (2012), Venda+valor Aplicada a Canais de Vendas e Distribuição, M. Books.

UNDERHILL, P. (2009), A Geografia das Compras, GestãoPlus Edições, Lisboa.

JUSTINO, L. (2007), Direcção Comercial. Lisboa, Lidel & Edições Técnicas, Lda.

FISHER, R., e outros (2018), Como Chegar ao Sim, Sextante.

PINK, D. (2013), Vender é Humano, Gestão Plus Edições

HOLMES, C. (2015), Ultimate Sales Machine, Pinguim Putnam Inc.

Revistas da Especialidade | *Specialty Magazines* :

Ex: Executive Digest, Marketeer, Exame, Distribuição Hoje, Farmácia Distribuição

Artigos ligados à Gestão e ao Marketing | *Marketing and Management Articles*

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis / 12 - Ensure sustainable consumption and production patterns



OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

-

OBSERVATIONS

-

Incluído para efeitos de certificação