



- IDENTIFICAÇÃO:

Disciplina: **Gerência de Promoção e Vendas (RAD 2403)**

Curso: Administração

Duração: Semestral

Semestre: 10^o

(duas)

Carga Horária: 30h

Horários: 6^a (08:00 – 10:00) – (17:00 – 18:40)

Ano Letivo: 2016

Aulas Semanais: 2

- OBJETIVO:

Analisar os conceitos e ferramentas da atividade de comunicação e vendas no marketing.

- PROGRAMA:

1. As Organizações como um sistema aberto; 2. Análise do ambiente e o sistema de marketing; 3. Ferramentas de comunicação; 4. O comportamento do consumidor; 5. Previsão vendas; 6. Gerenciamento equipe de vendas; 7. Processo de vendas; 8. Vendas consultivas; 9. Avaliação do processo de vendas; 10. Pós-vendas.

- RESPONSÁVEL: Paulo Sergio Miranda Mendonça (paulomiranda@usp.br)

- PROCEDIMENTOS DE ENSINO:

Na disciplina serão utilizados os seguintes métodos de exposição do conteúdo: seminários; estudo de casos; envolvimento na discussão de todos os participantes da disciplina; discussão em pequenos grupos em sala; leitura de textos em casa e palestras.

- AVALIAÇÃO:

A avaliação será realizada mediante uma prova (50%), e as notas das outras atividades (seminários, participação em palestras e atividades de sala) (50%). O aluno também precisa obter no mínimo 70% de presença na disciplina. A reavaliação será aplicada a alunos com média final igual ou superior a três (3,0), e inferior a cinco (5,0), e será calculada mediante média aritmética simples, com base na média semestral e a nota da prova de reavaliação. Estará aprovado na disciplina o aluno com média igual ou superior a cinco (5,0).

- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

FUTRELL, C.M. **Vendas**. 12.ed. POA: AMGH, 2014. (Cap. 13)

HOPKINS, T. **Vendas para leigos**. 3.ed. RJ: Alta Books, 2014. (Caps. 4 a 6)

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 14.ed. SP: Pearson, 2012. (Caps. 17 a 19)



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE RIBEIRÃO PRETO – FEARP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - RAD

RACKHAM, N. **Spin Selling**: construindo relacionamentos de alto valor para seus clientes. SP: M.Books, 2010. (Caps. 1, 3 e 4)
ROSENBLOOM, B. **Canais de Marketing**. SP: Cengage, 2014. (Cap. 12)
SPIRO, R.L; RICH, G.A; STANTON, W.J. **Gestão da Força de Vendas**. McGraw-Hill, 2010. (Caps. 8 e 10)
UNDERHILL, P. **Vamos às compras**. RJ: Campus, 2009. (Caps. 1 e 2)

Ribeirão Preto/SP, 10 de Março de 2017.

**CRONOGRAMA GERÊNCIA DE PROMOÇÃO E VENDAS – RAD 2403 – 1º
 Sem 2017**

	DATA	TEMA	LEITURA
1	10/MAR	Apresentação Programa; Ambiente Marketing e Vendas	
2	17	Gestão de Marketing e Vendas	KOTLER
3	24	Estratégia de Comunicação	KOTLER ROSENBLOOM
4	31		
5	7/ABR	Seminário 1	
6	8	Comportamento Consumidor e Inteligência Comercial	UNDERHILL HOPKINS
7	5/MAI		
8	12	Seminário 2	
9	19	Gerenciamento da Equipe de Vendas	SPIRO
10	26		
11	2/JUN	Seminário 3	
12	9	Vendas Consultivas	RACKHAM FUTRELL
13	23		
14	30	Seminário 4	
15	6/JUL	PROVA	

ATIVIDADES EM SALA:

SEMINÁRIOS:

1. Seleção de uma empresa, e elaboração do contexto de atuação: histórico, produtos x mercados, concorrentes...;
2. Investigar mediante entrevistas (diretor, vendedores, clientes, fornecedores..), como são desenvolvidas as atividades de marketing e vendas (tema do seminário) na empresa;
3. Preparar relatório e enviar ao professor para análise;
4. Apresentar na data determinada no cronograma (tempo estimado de apresentação – 50 minutos);