



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2020-21

Unidade Curricular: [1000159] Negociação e Técnicas de Vendas

1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2020-21

Unidade Curricular: [1000159] Negociação e Técnicas de Vendas

[9875] Direcção e Gestão Hoteleira (pós-laboral)

Plano Curricular	[3] Cópia de Oficial 2020	Ramo	[0] Tronco comum
Área Científica	Gestão e Administração,	Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	3	Período	S1 - 1º Semestre
ECTS	3		

Curso [9875] Direcção e Gestão Hoteleira (pós-laboral)

Plano [3] Cópia de Oficial 2020

Ramo [0] Tronco comum

Horas Contacto

(T) Teórico 0009:00 Semanais

(TP) Teórico Prático 0009:00 Semanais

(OT) Orientação e tutorial 0006:00 Semanais

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)

0042:00

Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)

0084:00

4. Docentes

Docentes Responsáveis

Nome PEDRO MANUEL ALVES TRINDADE

5. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Esta disciplina, tem os seguintes objectivos:

1. Autoconhecimento do estado de conforto dos alunos na área de vendas.
2. Consciencialização do trabalho a desenvolver para que a venda seja concretizada através da relação com o cliente.
3. Conhecimento e prática do processo de vendas.
4. Domínio dos aspectos financeiros das vendas.

No final desta disciplina, os alunos adquiriram competências no processo de venda, que lhes permite gerirem todas as funções vitais da venda. Para tal, desenvolvem um plano de vendas, que consubstancia toda a matéria dada, que é em si mesmo, um plano que cobre as áreas chave num processo de venda em situação real.

Além dos aspectos verbais utilizados na actividade de vendas, são também desenvolvidos os aspectos de natureza gestual e postural que interagem nas vendas.

6.Learning Outcomes of the curricular unit

This discipline. has the following objectives:

1. Self-knowledge of the state of comfort of students in the sales area.
2. Awareness of the work to be developed so that the sale is achieved through the relationship with the client.
3. Knowledge and practice of the sales process.
4. Mastering the financial aspects of sales.

At the end of this course, students acquired skills in the sales process, which allows them to manage all the vital functions of the sale. To do this, they develop a sales plan, which incorporates all the material given, which in itself is a plan that covers the key areas in a sales process in real situation.

In addition to the verbal aspects used in the sales activity, the gestural and postural aspects that interact in sales are also developed.

7.Conteúdos programáticos

1. Enquadramento da negociação e das técnicas de Venda
2. A psicologia da compra
3. Táticas de negociação e gestão do conflito
4. Conceito de aresta vencedora
5. Aspetos financeiros das vendas
6. Planificação das vendas e as diferentes fases do processo de negociação
7. Apresentação de vendas
8. Técnicas de fecho da venda.
9. Gestão de equipas de negociação e de vendas
10. Instrumentos avançados de vendas

8.Syllabus

1. Negotiation framework and Selling techniques
2. The psychology of buying
3. Negotiation tactics and conflict management
4. Winning edge concept
5. Financial aspects of sales
6. Sales planning and the different stages of the negotiation process
7. Sales presentation
8. Sale closing techniques.
9. Management of negotiation and sales teams
10. Advanced sales instruments

9.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos encontram-se organizados de forma a possibilitarem uma visão transversal e integrada de toda a temática relacionada com a negociação e as vendas B2B e B2C. Pretende-se promover a discussão das mais variadas temáticas transportando os conceitos académicos para a objetividade da relação entre cliente e fornecedor. Os conteúdos apresentados visam uma completa análise do processo de negociação e venda. Pretende-se, com os mesmos, promover a aquisição de conhecimentos científicos bem como, o desenvolvimento de competências profissionais, que possibilitem aos intervenientes uma maior objetividade aquando da sua passagem pelos departamentos comerciais das unidades onde se encontrem.

10.Demonstration of the syllabus coherence with the curricula unit's learning objectives

The contents are organized in such a way as to provide a cross-sectional and integrated view of all the issues related to B2B and B2C negotiation and sales. The aim is to promote the discussion of the most varied themes, transposing the academic concepts to the objectivity of the relationship between client and supplier. The contents presented aim at a complete analysis of the negotiation and sale process. The aim is to promote the acquisition of scientific knowledge as well as the development of professional skills that will enable the actors to be more objective when they pass through the commercial departments of the units in which they are located.

11.Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Será utilizada uma metodologia de ensino participativa, com destaque para os métodos expositivo e demonstrativo.

Os alunos serão solicitados a participar activamente nas aulas, quer a título individual quer em grupo, particularmente na planificação do processo de venda / negociação.

Nas aulas serão utilizados meios didáticos pré-existentes na sala.

Os alunos serão ainda solicitados a desenvolver um trabalho individual que contempla a preparação do processo de venda.

Avaliação:

A avaliação será contínua ao longo do semestre e a classificação final resultará da ponderação dos seguintes factores:

- Trabalho de grupo: 40%.
- Prova escrita sobre o processo de vendas: 60%.

Nota Final = $0,40 \times A + 0,60 \times B$

12.Teaching methodologies (including evaluation)

A participatory teaching methodology will be used, with emphasis on expository and demonstrative methods.

Students will be asked to actively participate in classes, either individually or in groups, particularly in the planning of the sale / negotiation process.

Pre-existing teaching materials will be used in the classroom.

Students will also be asked to develop an individual job that includes the preparation of the sales process.

Evaluation:

The evaluation will be continuous throughout the semester and the final classification will be based on the following factors:

- Group work: 40%.
- Written test on the sales process: 60%.

Final Note = $0.40 \times A + 0.60 \times B$

13. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da unidade

As metodologias de ensino e de aprendizagem designadas visam o desenvolvimento integrado dos discentes através dos conhecimentos já referidos nos conteúdos programáticos e da concretização dos objetivos e competências previstos na unidade.

A diversidade de metodologias propostas tem por objetivo potenciar os elementos participantes, bem como a sua aprendizagem numa perspetiva mais complexa na qual se procura evidenciar os diferentes níveis de análise através da integração dos mais diversos saberes. Os métodos e estratégias propostos pretendem desenvolver nos estudantes conhecimentos, compreensão e competências para a aplicação prática dos mais diversos conceitos da área comercial já assimilados. A avaliação, permite realçar a entender as duas vertentes desenvolvidas, o conceito académico e a visão prática da área comercial. A frequência que permite avaliar os conceitos teóricos assimilados e a realização de um trabalho prático que visa responder na íntegra às competências práticas adquiridas.

14. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The teaching and learning methodologies designed aim at the integrated development of the students through the knowledge already mentioned in the programmatic contents and of the achievement of the objectives and competences foreseen in the unit.

The diversity of methodologies proposed has the objective of enhancing the participants, as well as their learning in a more complex perspective in which the different levels of analysis are evidenced through the integration of the most diverse knowledges. The proposed methods and strategies aim to develop in the students knowledge, understanding and competences for the practical application of the most diverse concepts of the commercial area already assimilated. The evaluation, allows to emphasize to understand the two developed strands, the academic

concept and the practical vision of the commercial area. The frequency that allows to evaluate the theoretical concepts assimilated and the accomplishment of a practical work that aims to respond in full to the acquired practical skills.

15. Bibliografia de consulta/existência obrigatória | Bibliography (Mandatory resources)

- Hopkins, T. (1998) Manual de vendas, Lisboa, Editorial Presença.
- Correia, A. D. (2015) Manual de negociação - comercial/industrial, laboral e político-diplomática, Lisboa, Lidel
- Silva, M. P. (2000) Negociação técnicas & ferramentas, Lisboa, Lidel
- Carvalho, J. C. (2006) Negociação, Lisboa, Sílabo
- Shapiro, D., Fisher, R. (2008) Como usar as emoções para negociar, Lua de Papel
- Fisher, R., Patton, B., Ury, W. (2007) Como conduzir uma negociação. Chegar a acordo sem ceder, Lisboa, Lua de Papel
- Lewicki, R. J., Barry, B., Saunders, D. M. (2010) Negotiation, McGrawHill/Irvin 5 Ed

16. Metodologias de ensino (inclui avaliação) em situação de possível transição para o ensino à distância ou sistema misto no âmbito da pandemia COVID19)

Será utilizada uma metodologia de ensino participativa, com destaque para os métodos expositivo e demonstrativo.

Os alunos serão solicitados a participar activamente nas aulas, quer a título individual quer em grupo, particularmente na planificação do processo de venda / negociação.

Nas aulas, em sala de aula, serão utilizados meios didáticos pré-existentes na sala.

Os alunos serão ainda solicitados a desenvolver um trabalho individual que contempla a preparação do processo de venda.

Avaliação:

A avaliação será contínua ao longo do semestre e a classificação final resultará da ponderação dos seguintes factores:

- Trabalho de grupo: 40%.
- Prova escrita sobre o processo de vendas: 60%.

Nota Final = $0,40 \times A + 0,60 \times B$