

Pós-Graduação a distância

Gestão Estratégica de Vendas

Disciplinas:

- 1) Gestão de vendas e estratégia empresarial
- 2) Comportamento do consumidor
- 3) Gestão de produtos e serviços
- 4) Estratégias de canais de vendas para o consumidor Omnichannel
- 5) Branding e promoção de vendas
- 6) Inteligência competitiva e análise de mercado
- 7) Estratégias de negociação
- 8) Finanças aplicadas a vendas
- 9) Estratégias de vendas em canais digitais
- 10) Liderança e equipes de alta performance
- 11) *Customer experience* – jornada de compra e relacionamento com clientes
- 12) Gestão de projetos e planejamento de vendas

Ementas:

Disciplina 1 - Gestão de vendas e estratégia empresarial

A evolução, conceitos e definições da Gestão de Vendas, planejamento e elaboração de metas de vendas, o papel estratégico do gerente de vendas e sua equipe para os resultados financeiros. Estratégias de atuação da força de Vendas.

Disciplina 2 - Comportamento do consumidor

A evolução da postura e do processo de tomada de decisão do consumidor nos ambientes digitais e físicos sob as perspectivas econômicas, sociais e antropológicas. A influência das redes sociais e internet no comportamento de compra. A cauda longa e efeitos da hiper segmentação como fatores de influência no comportamento de compra dos consumidores.

Disciplina 3 - Gestão de produtos e serviços

Fundamentos e aplicação do composto mercadológico de marketing em estratégias de produtos e serviços. A importância do Sistema de Informação de Marketing para tomada de decisão e estratégias de Gestão de Vendas.

Disciplina 4 - Estratégias de canais de vendas para o consumidor Omnichannel

E cada vez mais comum que as estratégias de vendas utilizem diversos canais e plataformas de vendas. Os clientes têm um comportamento cada vez mais forte de relacionamento com múltiplos canais de vendas que exigem novas táticas na gestão e planejamento de vendas.

Disciplina 5 - Branding e promoção de vendas

A importância da construção e engajamento de marcas para os resultados de vendas e estratégias de posicionamento de mercado e criação de valor. Os tipos de promoção de vendas e o papel do alinhamento de táticas de promoção nos resultados de vendas.

Disciplina 6 - Inteligência competitiva e análise de mercado

A inteligência Competitiva como eixo central para crescimento e sobrevivência das empresas em mercados. Importância de compreender múltiplas possibilidades de segmentação que a internet e redes sociais possibilitam e compreender a teoria da cauda longa.

Disciplina 7 - Estratégias de negociação

O impacto da evolução das estratégias de negociação nos resultados de vendas das empresas. A correta análise de cenários e utilização dos gatilhos mentais em táticas de persuasão. A importância da inteligência emocional e da forma que a mente humana toma decisões para o desenvolvimento de estratégias de negociação em vendas de sucesso.

Disciplina 8 - Finanças aplicadas a vendas

Fundamentos de finanças aplicadas a vendas, markup e formação de preços, margem de rentabilidade, estrutura de tributação, custos fixos e variáveis. Elaboração de planejamento financeiro e orçamento de vendas.

Disciplina 9 - Estratégia de vendas em canais digitais

A integração dos canais digitais na estratégia de vendas, táticas, estratégias e cases de sucesso em vendas na internet.

Disciplina 10 - Liderança e gestão de equipes de alta performance

O papel da liderança nos resultados de vendas, modelos e estratégias de liderança. Estratégias de contratação, desenvolvimento e retenção de talentos. Estratégias de motivação e inteligência emocional para levar equipes a alta performance.

GIL, Antônio Carlos. Gestão de Pessoas - Enfoque Nos Papéis Estratégicos - 2ª Ed. São Paulo: Atlas 2017.

Disciplina 11 - *Customer Experience* – jornada de compra e relacionamento com clientes

Customer Experience – A jornada de compra e percepção do cliente consciente e subconsciente – diante de um produto ou serviço após qualquer tipo de interação *on-line* ou *off line* com a empresa. O marketing de Relacionamento e sua importância nas estratégias de vendas e aumento de lucros.

Disciplina 12 - Gestão de projetos e planejamento de vendas

Fundamentos da gestão de projeto e elaboração de um plano de marketing e vendas dentro da dos conhecimentos e habilidades propostos em cada uma das disciplinas do curso.