

Descrever, nos itens a seguir, todas as informações necessárias para o desencadeamento da ação.

3.1. JUSTIFICATIVA (descrever):

A cada dia, mais e mais empresas necessitam estar focadas nas relações com seus clientes e mercados onde atuam ou pretendem atuar, num desafio diário em estabelecer as prioridades entre: necessidades, desejos, potencial de mercado e de vendas, para continuarem existindo.

Muitas acreditam que conseguem vencer a batalha mercadológica árdua que se trava a cada dia, num cenário altamente competitivo e onde somente as mais preparadas conseguirão sobreviver.

Portanto, o desafio diário é escolher que ações devem ser criadas, elencadas e praticadas para atingir os resultados do processo de gestão de vendas nestas empresas e organizações em geral.

Nesta perspectiva a Unifebe, em parceria com a Acibr, está promovendo a 4ª etapa do Ciclo de Aprendizado Continuado, por meio de cursos de atualização profissional, de curta duração, que aplicam conceitos atuais e proporcionam, aos profissionais, contato com conteúdos emergentes, solicitados pelos seus associados. O Curso de Gestão Estratégia de Vendas justifica-se em função de apresentar um cenário atual internacional, nacional, estadual e regional da realidade da gestão e estratégias de vendas, franqueando aos participantes, um contato direto os anseios empresariais e organizacionais hodiernos, permitindo sugestões, ações e soluções adequadas a cada caso e situação, objetivando uma melhoria da gestão de vendas nas empresas.

3.2. PALAVRAS-CHAVE:

1)Estratégia de vendas.	2)Relacionamento com clientes.	3)Processo de vendas.
-------------------------	--------------------------------	-----------------------

3.3. OBJETIVO GERAL:

Compreender a gestão estratégica de vendas e sua função nas empresas, o processo de vendas, a formação da equipe de vendas, o modelos de relacionamento de valor estabelecidos, ou a ser definidos na relação com os clientes, o sistema de controle de vendas e resultados esperados, permitindo aos participantes desenvolverem ações possíveis e resultados mais adequados.

3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Apresentar a gestão estratégica de vendas, funções e suas características.
- Discutir e avaliar o processo de vendas nas empresas.
- Discutir sobre a importância da formação e da qualidade da equipe de vendas.
- Discutir sobre o modelo de relacionamento de valor com os clientes.
- Discutir sobre os modelos de controle de vendas.

3.5. PÚBLICO ALVO: Associados da ACIBr

3.5.1. NÚMERO MÍNIMO DE PARTICIPANTES: 20

3.5.2. NÚMERO MÁXIMO DE PARTICIPANTES: 40

3.6. PERÍODO, CARGA HORÁRIA E LOCAL DE REALIZAÇÃO

3.6.1. DATA DE INÍCIO: 01 de outubro de 2013.

3.6.2. DATA DE TÉRMINO: 03 de outubro de 2013.

3.6.3. CARGA HORÁRIA TOTAL: Dois encontros de 4 horas (terça e quinta-feira das 14hs às 18hs) + 4 horas para preparação do curso.

3.6.4. LOCAL: UNIFEBE

3.7. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS:

Aula expositiva dialogada, atividades práticas com estudos de casos e debates durante o treinamento, a fim de trocar informações sobre as experiências vividas bem como despertar o interesse pelo tema e esclarecimento de dúvidas.

3.8. CRONOGRAMA:

01 de outubro: apresentar a gestão estratégica de vendas, funções e suas características. Discutir e avaliar o processo de vendas nas empresas.

03 de outubro: discutir sobre a importância da formação e da qualidade da equipe de vendas. Discutir sobre o modelo de relacionamento de valor com os clientes. Discutir sobre os modelos de controle de vendas.

3.9. MATERIAIS E EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS:

01	Laboratório de informática com projetor multimídia e som.
----	-----------------------------------------------------------

3.10. CERTIFICAÇÃO:

Será emitido certificado de participação em curso de atualização pela Proppex, aos participantes que obtiverem no mínimo 75% de frequência.

3.11. INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO:

Dinâmicas individuais e apresentação de estudos de caso pelas equipes.

3.12. REFERÊNCIAS

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados.4. ed. São Paulo : Atlas, 2011. 200 p, il.

RACKHAM, Neil. Alcançando excelência em vendas: SPIN Selling: construindo relacionamentos de alto valor para seus clientes. São Paulo: MBooks, 2010. 216 p, il.