



CURSO DE PÓS – GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM:
**MBA SUPERVISÃO E GERÊNCIA
COMERCIAL**

CONHECIMENTO E FERRAMENTAS PARA FORMAR ESPECIALISTAS EM VENDAS.

Coordenação Acadêmica: Jorge Ceranto e Rose M. F. Cedran

Certificação: Trecsson/FAFIMAN

Matrículas até 16/04/2009

Início – 24/04/2009

CURSO DE EDUCAÇÃO CONTINUADA

MARINGÁ - 2009

√ APRESENTAÇÃO

A **TRECSSON BUSINESS** atua na área de educação e treinamentos empresariais há mais de 9 anos. Nossa missão é gerir e disseminar conhecimentos formando executivos de empresas privadas, governamentais e do terceiro setor, levando a eles instrumental necessário para desenvolverem seus potenciais e agregarem valor às organizações onde atuam.

Como Instituição Conveniada à Fundação Getulio Vargas, através do programa *FGV Management*, bem como a Fundação Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Mandaguari - FAFIMAN, Sociesc, entre outras, oferecemos Graduação e pós-graduações.

As organizações brasileiras estão constatando a necessidade e importância da força de vendas em sua linha de frente, principalmente no aspecto de gerenciamento do relacionamento com os clientes. A crescente exigência dos consumidores, consequência de mudanças comportamentais tem desafiado e muito as empresas, particularmente o departamento comercial de todas as organizações. O planejamento estratégico da empresa e sua força de vendas, assim como as diretrizes e metas a serem alcançadas, ficam vulneráveis em razão da falta de eficácia em seus procedimentos e em sua equipe de vendas, deixando de assegurar o crescimento e desenvolvimento da empresa no mercado.

Frente a isso, a permanência no mercado depende de uma sinergia entre todos os colaboradores, de uma cadeia de valor definida, mas sobre tudo, de profissionais altamente qualificados na linha de frente da organização, focados em reforçar o valor do produto, em surpreender o cliente, em lidar com as objeções e restrições dos consumidores, identificando e atendendo suas necessidades e seus desejos.

Para se manter e perpetuar neste mercado é necessário conhecer profundamente as ferramentas de vendas. Com estratégias de médio e longo prazo, impondo-se frente aos constantes desafios, estando sempre um passo a frente da concorrência, crescendo com uma linha de frente audaciosa, porém com conhecimentos de ferramentas de sustentação para o crescimento e perenidade da empresa.

As novas regras impostas pelo mercado globalizado de produtos e serviços, em um mundo corporativo, implicam na mudança de paradigmas, posturas empresariais, formação de times de Executivos e Empresários de alta performance, capazes de apoiar as iniciativas da administração e conduzirem as empresas através de estratégias gerenciais contemporâneas, sempre em busca de estabelecimento de metas e resultados desafiadores.

Diante desta nova realidade, a Trecsson Business oferece um programa inovador, fundamentado na aplicação prática dos conceitos e técnicas, obtidas a partir das experiências das melhores empresas e instituições de ensino.

Assim este curso foi formatado e direcionado para profissionais e empresários de diferentes áreas e segmentos, que, no entanto, tem como prioridade o comprometimento com a linha de frente, ou seja, saber e ensinar a vender mais.

√ OBJETIVOS

- Promover o auto conhecimento, a capacidade pessoal para mudanças e aceitação da nova realidade mundial na relação do conhecimento em vendas;
- Saber usar o conhecimento através das técnicas de vendas, utilizando ferramentas contemporâneas e com diferencial competitivo na busca de resultados;
- Saber como funciona e qual o comportamento de mercados de auto desempenho e trabalho por resultados .
- Utilizar-se de ferramentas estratégicas de mensuração e análise da atividade de vendas;
- Saber quem e como é o processo de entendimento de trabalho com o cliente consumidor, buscando sempre melhores resultados;
- Aprender a ter uma nova visão empreendedora enfrentando novos desafios em busca de oportunidades, para incrementar e valorizar o potencial de vendas da empresa;
- Oferecer ao executivo participante segurança, criando uma nova realidade para a força de vendas, alcançando com êxito os resultados para a empresa;
- Tornar-se Especialista em Negociação em Vendas e ter grandes possibilidades de crescimento na empresa, bem como na carreira.

√ PÚBLICO ALVO

Executivos, Empresários, Empreendedores e recém formados que tenham interesse em aprimorarem e desenvolverem seus conhecimentos na área comercial tornando Especialistas em Negociação e Vendas.

√ COORDENAÇÃO

- Jorge Ceranto, Diretor e consultor responsável da TRECSSON, Psicólogo Organizacional, Especialista em Marketing e MBA Gestão Empresarial pela FGV além de diversos cursos extracurriculares nas áreas de interesse para aproveitamento e desenvolvimento profissional. Conhecimentos e grande vivência nas áreas de motivação de equipes, qualidade e desenvolvimento de departamentos de vendas, através de planejamento de marketing, recrutamento e seleção de profissionais de vendas, supervisão a campo e avaliação de potencial de equipes. Possui vários artigos publicados na área em jornais e revistas da região. Experiência nas áreas de Desenvolvimento de RH em nível de processo de Mudança de Comportamentos. Amplo conhecimento na elaboração de Materiais didáticos e no desenvolvimento para treinamento, onde atua também como instrutor. Trabalha em parceria com a FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS e como Consultor e Instrutor nas áreas de Marketing/Vendas, Qualidade na

Prestação de Serviços; Motivação de Equipes, e IMPLANTAÇÃO DOS 5 S. Consultor visitante da Feira de Hannover- Alemanha e Universidade de Roma-Itália. jorge@trecsson.com.br

- Rose Mary Fachini Cedran, Licenciada em Pedagogia pela FAFIMAN com Pós-Graduação em Nível de Especialização em Fundamentos da Educação pela Universidade Estadual de Maringá e em Psicopedagogia pela FAFIMAN e Coordenadora Pedagógica da FAFIMAN.

√ METODOLOGIA DO CURSO

- Estudos em grupo, estudos de casos.
- Exposição dialogada.
- Provas e Trabalhos por módulos de estudo.

√ ESTRUTURA CURRICULAR

Toda estrutura do curso foi cuidadosamente desenvolvida para que cada módulo construa gradativamente o aprendizado do profissional de vendas. Com dinamismo e profissionalismo o aluno poderá utilizar-se das ferramentas aqui contempladas para o êxito nas negociações e vendas dos produtos e negócios de suas respectivas empresas.

√ DISCIPLINAS

Disciplinas	Carga Horária
Integração e Marketing Pessoal	20 h/a
Comportamento do Consumidor	20 h/a
A Dimensão Teórica de Marketing e Vendas	20 h/a
Dimensão em Gestão de Equipes Multifuncionais	20 h/a
Sistemas de Informações e Função Mercadológica	20 h/a
Vendas e Negociação em Ambiente Avançado	20 h/a
Negócios e Princípios de Vendas	20 h/a
Matemática Financeira	20 h/a
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	20 h/a
Administração Financeira de Vendas	20 h/a
Formação de Preço de Vendas	20 h/a
A Franquia e sua Força de Vendas	20 h/a
Logística em Vendas	20 h/a
Estratégia de Comunicação em Negociação e Vendas	20 h/a

Planejamento Estratégico em Vendas	20 h/a
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	20 h/a
O Mundo Corporativo em Vendas, Negócios e sua Evolução	20 h/a
Jogos de Negócios e Vendas	20 h /a
Carga Horária Total	360 h/a

Fica reservado o direito de alterações de disciplinas e respectivas carga-horárias que o Coordenador Acadêmico julgar necessárias para otimização do curso e maximização dos recursos do curso em questão.

√ EMENTAS DAS DISCIPLINAS

INTEGRAÇÃO E MARKETING PESSOAL

Integração do grupo e a importância do relacionamento interpessoal no grupo de trabalho; Desenvolvimento da inteligência emocional; Sinais de compra, opções neurolinguística na intercomunicação. A importância do contato, venda e a importância da postura profissional na negociação.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Teorias da racionalidade econômica, comportamental, psicanalítica, antropológica e cognitivista; Fatores de influência no comportamento de compra; AIDA - Atenção seletiva na situação de vendas. Interesse criando interesse pela venda por meio da motivação (Teorias Motivacionais). Desejo; efetuando e estabelecendo condições para momentos situacionais em negociação e vendas : Ação; Evolução do interesse e desejo para a compra. Processo decisório na decisão de compra

A DIMENSÃO TEÓRICA DE MARKETING E VENDAS

Vendas como processo de Marketing e suas respectivas interações para resultados; Tendências Contemporâneas para as ferramentas de Marketing e Vendas. Os Processos de Marketing na Gestão de Vendas; o Marketing.

Mix – Industrial, Varejo e serviço. Panoramas e tendências; pressupostos básicos para a política comercial; Feedback e controle.

DIMENSÃO EM GESTÃO DE EQUIPES MULTIFUNCIONAIS

Inteligência Emocional e os processos como ferramenta de mudanças; Técnicas de Liderança e Gestão de Pessoas; Características e diferenças de equipes e estágios de seu desenvolvimento. Problemas de crescimento da equipe. O papel do líder para cooperação e colaboração com êxito do desenvolvimento grupal e a dinâmica da comunicação e expressão dentro de equipes multidisciplinares.

SISTEMA DE INFORMAÇÃO E FUNÇÃO MERCADOLÓGICA

Como são os novos sistemas de informações e gerenciamentos estratégicos. Gerenciando, analisando e otimizando o banco de dados; Tecnologias avançadas de vendas; Ferramentas da análise mercadológica; Análise, entendimento e potencial de mercados. Pesquisas otimizadas como instrumental para análise de resultados.

VENDAS E NEGOCIAÇÕES EM AMBIENTE AVANÇADO

“Cases” e melhores técnicas de vendas; prospecção visitas e técnicas para efetividade. Persuasão e táticas em vendas. Fechamentos; os momentos corretos de solicitar e caracterizar a venda, negociação e seus modelos e metodologias para a conquista de vendas, relações de parcerias e táticas de negociação

para trabalhar com efetividade; vencendo objeções; como trabalhar objeções; administração dos processos de vendas.

NEGÓCIOS E PRINCÍPIOS DE VENDAS DOS VENDEDORES

Formas ideais para remuneração de vendedores; comportamento do vendedor e modernas técnicas de recrutamento e seleção de equipes: Determinação da filosofia da empresa e ética profissional; análise de avaliação de desempenho do grupo.

MATEMÁTICA FINANCEIRA

Conceito de juros. Fator de correção: cálculo de valor atual, valor futuro e taxa. Juros simples: expressão geral, fator de correção, cálculo de valor futuro, valor atual, taxa e prazo; descontos simples: taxa de desconto e custo efetivo. Juros compostos. Tipos de taxas de juros: taxa efetiva, taxa nominal, taxas proporcionais e taxas equivalentes. Séries uniformes. Sistemas de amortização: Price, SAC. Fluxo de caixa.

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Possibilita o uso instrumental teórico em vendas, com a ampliação de técnicas das informações e ferramentas contidas neste curso e tem como finalidade à formação e desenvolvimento de um projeto em Planejamento Estratégico em Vendas.

Serão formados grupos de 4 ou 5 alunos. Durante o curso, os grupos terão do professor deste módulo acompanhamento através da internet que se disponibilizará para as devidas orientações ao grupo.

O trabalho será avaliado de duas formas:

Uma pela parte técnica documental e outra pela defesa da apresentação em sala pelos membros do grupo.

Para a primeira nota peso 6 e a segunda peso 4. A média entre as duas, formulará a nota final para a devida aprovação.

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA DE VENDAS

Visão e administração financeira no sistema de vendas. Projetos e planejamentos para resultados eficazes na análise de resultados; Risco e retorno; ponto de equilíbrio; Taxa interna de retorno; índice de lucratividade líquida, Avaliação e análise de projetos de vendas; Administração financeira da carteira de clientes. O resultado frente a despesas e controle.

FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDAS

Influencia no macro ambiente; análise da concorrência; Análise de ponto de equilíbrio de projetos e planejamento. Custo fixos, variáveis e curvas de demandas; O imposto no preço e formação do planejamento. O mercado e a percepção externa para formação de preços. Como formar preços com bens duráveis, serviços, comércios e industria. Comportamento de Compra do consumidor; Métodos na definição de preços.

LOGÍSTICA EM VENDAS

A importância da logística na moderna economia, suprimentos e armazenagem; A importância dos cursos dos canais de distribuição no processo de vendas; Tecnologia da informação na logística; Trade marketing; A estratégia gerenciamento de sistemas otimizados em logística de vendas e negociação; otimização de processo de unidade de negócios.

A FRANQUIA E SEU PODER DA FORÇA DE VENDAS

A franquia como solução de vendas em projetos de expansão; conceito.

Aplicação; formação através de projetos de franquia para expansão das vendas adicional ao negócio; leis de proteção. Conceito geral e funcionabilidade; riscos e vantagens.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO EM NEGOCIAÇÃO E VENDAS

Elementos básicos de comunicação; conceitos; propaganda promoção e relações públicas, leis e cuidados; Panorama dos meios; o caminho promocional, promoção institucional. Equipe de vendas intermediária e consumidores, modalidades promocionais de produtos e planos de ação.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM VENDAS

Alinhamento empresarial. Conceitos, críticas e a evolução do planejamento estratégico de vendas (PEV). Componentes do PEV: Visão, valores, políticas e missão. Análise de cenários. Identificando oportunidades. Análise das forças competitivas. Arquitetura estratégica. Formulação de Objetivos e Metas. Estratégia competitiva de Porter. A cadeia de valor. Posicionamento estratégico. Fazendo o PEV acontecer. Implementação do PEV. Avaliações Financeiras. Feedback e controle. Formatação e apresentação do relatório PEV.

PCC (PARTE II)

Apresentação de trabalhos (Projetos de conclusão de curso Planejamento Estratégico em vendas).

O MUNDO CORPORATIVO E O CENÁRIO EM VENDAS E SUA EVOLUÇÃO

Tendências para o mercado internacional em negócios e vendas; Princípios básicos em negociação internacionais; joint venture; Visão panorâmica internacional para exportação.

JOGOS DE NEGÓCIOS

Dinâmica onde os participantes através de jogadas, participam e exercitam o conhecimento do decorrer do curso podendo escolher e aplicar respostas para simular o exercício do processo decisório de vendas, da prospecção ao fechamento das vendas. Uma prática estimulante e, ao mesmo tempo, utilizada para auto avaliação do profissional que perceberá os resultados de sua jogada.

✓ **CORPO DOCENTE**

Formado por profissionais que ao longo de suas carreiras adquiriram longa experiência e hoje são executivos e professores de Instituições renomadas como UEM, UEL, UNIVEL entre outras. Estão preparados para transmitir com segurança e eficácia todo conhecimento e potencial da aplicabilidade das ferramentas de vendas.

✓ **LOCAL E HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO**

Trecsson Business – Treinamento, Consultoria e Serviços Ltda
Rua Luiz Gama, 149 - 2º Andar - Zona 04 – Maringá/PR
Fone: (44) 3029-1162
comercial@trecsson.com.br www.trecsson.com.br

As aulas do curso serão ministradas mensalmente nos seguintes horários*:

Sexta-feira: 19h00 às 23h00

Sábado: 8h00 às 12h00 e 13h00 às 19h00

*Os horários e datas poderão ser alterados para adequação acadêmica ou operacional

✓ CALENDÁRIO

- **Inscrições:** Em andamento
- **Início do Curso:** 24 de Abril de 2009
- **Duração do Curso:** 18 meses

✓ REGULAMENTO DO CURSO

Frequência e Avaliação:

- O aluno deverá cursar com assiduidade e ser aprovado, obrigatoriamente, em todas as disciplinas do curso, para ter direito à certificação.
- A assiduidade do aluno será registrada pelo professor no formulário de controle de frequência e notas, ao início das aulas de cada disciplina.
- Estará reprovado por faltas, em determinada disciplina, o aluno que não obtiver, pelo menos, 75% (setenta e cinco por cento) de frequência nas aulas ministradas.
- Os procedimentos de avaliação a serem adotados pelos professores deverão ser definidos em função dos objetivos e da metodologia didática utilizada, de acordo com a especificidade dos conteúdos de cada disciplina. A avaliação de aprendizagem será expressa em notas.
- Para ser aprovado, em determinada disciplina, o aluno deverá obter, pelo menos, nota 7,0 (sete) nas avaliações efetuadas pelo professor.

✓ INSCRIÇÕES E MATRÍCULAS

Requisitos:

- ✓ Ficha de Inscrição preenchida, acompanhada de 2 fotos 3x4;
 - ✓ 1 cópia autenticada do Diploma de conclusão de curso superior
 - ✓ 1 cópia autenticada do Histórico escolar do 3º grau autenticada;
 - ✓ 1 cópia autenticada de cédula de identidade e CPF;
 - ✓ 1 via do Curriculum Vitae;
-
- ✓ O Pagamento da taxa de inscrição pode ser realizado via depósito:
Banco: Caixa Econômica Federal
Agência 0395 – Conta Corrente 4080-4 - Valor de R\$ 170,00.