FACULDADE FACINT

GRADUAÇÃO — TECNÓLOGO

Modalidade EaD

Gestão Comercial

Carga Horária Total: 1600h

Email: secretaria@facint.edu.br
Telefone: +55 (44) 3024-4242
Website: www.facint.edu.br

Apresentação do Curso

Desenvolva competências estratégicas para liderar equipes de vendas e otimizar processos comerciais em organizações de diversos portes. Domine técnicas avançadas de negociação, análise de mercado e gestão de relacionamento com o cliente através de uma metodologia focada em resultados práticos. Prepare-se para atuar como um gestor dinâmico e capaz de elevar a produtividade e a lucratividade do negócio.

Graduação (Tecnólogo) TIPO DE CURSO	**EaD** MODALIDADE
1600h CARGA HORÁRIA	**2 anos** DURAÇÃO

Perfil do Egresso

O egresso estará apto a planejar e gerenciar vendas, projetar fluxos comerciais e aplicar tecnologias de inteligência de mercado na tomada de decisão. Possuirá visão analítica para interpretar cenários econômicos e habilidade interpessoal para mediar negociações complexas com fornecedores e parceiros. Terá capacidade plena para liderar forças de vendas com foco em metas sustentáveis e éticas.

Campo de Atuação

Atue como gerente comercial, supervisor de vendas ou analista de inteligência de mercado em empresas de varejo, atacado e serviços. Trabalhe estrategicamente em setores de exportação, e-commerce ou na gestão de contas-chave (Key Account Management) em grandes corporações. Explore oportunidades em consultorias especializadas no desenvolvimento de funis de vendas e estruturação de novos canais de distribuição.

Diferenciais do Curso

- ✓ **Currículo focado em práticas modernas de Sales Intelligence e CRM.**
- ✓ **Corpo docente formado por mestres e doutores com sólida experiência no mercado executivo.**
- ✓ **Flexibilidade total com plataforma de aprendizagem digital acessível 24 horas por dia.**
- ✓ **Projetos integradores que simulam desafios reais do ambiente corporativo comercial.**

Matriz Curricular

Nº	Disciplina
1	Estratégias de Vendas e Negociação
2	Inteligência de Mercado e Big Data
3	Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)
4	Comportamento do Consumidor
5	Gestão de Equipes Comerciais
6	Matemática Financeira e Formação de Preços
7	Logística e Canais de Distribuição
8	Direito e Legislação Comercial
9	Marketing Digital e E-commerce
10	Planejamento Estratégico Comercial

Ementas das Disciplinas

1. Estratégias de Vendas e Negociação

- Aplicação de técnicas de rapport e gatilhos mentais para fechamento de negócios de alto valor.
- Desenvolvimento de roteiros de abordagem consultiva focados na dor do cliente.
- Gestão de objeções através da escuta ativa e reestruturação de propostas comerciais.
- Modelagem de processos de negociação baseados no método Harvard de ganha-ganha.
- Utilização de indicadores de performance (KPIs) para monitoramento do ciclo de venda.

2. Inteligência de Mercado e Big Data

- Análise preditiva de tendências de consumo baseada em algoritmos e dados históricos.
- Mapeamento de concorrência e identificação de lacunas de mercado para novos produtos.
- Tratamento de grandes volumes de dados para segmentação precisa de leads qualificados.
- Uso de ferramentas de Business Intelligence para visualização de dashboards comerciais.
- Extração de insights valiosos a partir do comportamento digital do consumidor em tempo real.

3. Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM)

- Implementação estratégica de sistemas CRM para automação de forças de vendas.
- Cálculo e otimização do Customer Lifetime Value (LTV) para fidelização de longo prazo.
- Criação de réguas de relacionamento personalizadas para diferentes estágios da jornada de compra.
- Estratégias de Customer Success focadas na redução de churn e aumento de satisfação.
- Integração do atendimento omnichannel para uma experiência de marca unificada.

4. Comportamento do Consumidor

- Estudo das influências psicossociais e culturais no processo de decisão de compra.
- Análise do comportamento do consumidor na era da economia da experiência.
- Aplicação de conceitos de neurociência para compreensão de estímulos de consumo.
- Identificação de novos perfis de compradores digitais e gerações de consumo nativas.
- Mapeamento da jornada do cliente desde a descoberta até o pós-venda crítico.

5. Gestão de Equipes Comerciais

- Desenvolvimento de programas de treinamento e capacitação de alto desempenho para vendedores.
- Estruturação de planos de remuneração variável e sistemas de incentivos meritocráticos.
- Liderança situacional aplicada à motivação e engajamento da força de vendas externa.
- Condução de reuniões de feedback e alinhamento de metas trimestrais produtivas.
- Técnicas de recrutamento e seleção de perfis comerciais aderentes à cultura organizacional.

6. Matemática Financeira e Formação de Preços

- Cálculo de margens de contribuição e ponto de equilíbrio para produtos e serviços.
- Análise de juros compostos e taxas de retorno em operações de parcelamento comercial.
- Metodologias de precificação baseadas em valor percebido versus custos de produção.
- Avaliação de descontos comerciais e impactos na rentabilidade líquida da operação.
- Estudo da elasticidade-preço da demanda para ajustes táticos de posicionamento de mercado.

7. Logística e Canais de Distribuição

- Planejamento de rotas e modais para otimização do prazo de entrega ao cliente final.
- Gestão de parcerias com operadores logísticos e distribuidores regionais estratégicos.
- Desenvolvimento de estratégias de trade marketing para pdvs físicos e virtuais.
- Análise da cadeia de suprimentos voltada para a disponibilidade imediata de estoque.
- Modelos de logística reversa como diferencial competitivo para a experiência do usuário.

8. Direito e Legislação Comercial

- Aplicação prática do Código de Defesa do Consumidor nas relações de troca comercial.
- Noções de direito contratual para elaboração de parcerias e representações comerciais.
- Conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em bases de dados de clientes.
- Entendimento de tributos incidentes sobre a venda de mercadorias e prestação de serviços.
- Aspectos legais da propriedade intelectual e proteção de marcas no ambiente digital.

9. Marketing Digital e E-commerce

- Gestão de tráfego pago para aceleração de vendas em plataformas de busca e redes sociais.
- Otimização de taxas de conversão (CRO) em páginas de destino e lojas virtuais.
- Estratégias de Inbound Marketing para nutrição de funis de vendas B2B e B2C.
- Operação de marketplaces e integração de catálogos em ecossistemas de terceiros.
- Monitoramento de métricas digitais como ROAS, CAC e taxas de abandono de carrinho.

10. Planejamento Estratégico Comercial

- Elaboração de planos de vendas anuais alinhados aos objetivos macro da organização.
- Análise SWOT aplicada ao cenário competitivo e forças de vendas internas.
- Definição de territórios comerciais e quotas de vendas de forma equilibrada.
- Projeção de cenários de expansão de mercado e abertura de novas filiais.
- Auditoria de processos comerciais para melhoria contínua da eficiência operacional.