



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
COLÉGIO POLITÉCNICO DA UFSM
CURSO TÉCNICO EM FARMÁCIA
PROGRAMA

IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

CÓDIGO	NOME	CH (T – P)
CPVFA102	VENDAS EM FARMÁCIA	30 (2 - 0)

OBJETIVOS - Ao término da disciplina o estudante deverá ser capaz de:

Compreender o processo de gestão e técnica de vendas, bem como as características que afetam o comportamento do consumidor. Conhecer os procedimentos corretos para comercialização e dispensação de medicamentos, de forma ética e responsável.

PROGRAMA:

TÍTULO E DISCRIMINAÇÃO DAS UNIDADES
<p>UNIDADE 1 – MARKETING</p> <p>1.1. Vendas e suas relações com o marketing</p> <p>1.2. Planejamento e organização da força de vendas</p> <p>1.3. Estratégias de negociação e vendas</p> <p>UNIDADE 2 – VENDAS</p> <p>2.1. Atendimento em Farmácias e Drogarias</p> <p>2.2. Motivação da força de vendas</p> <p>2.3. Controle da qualidade em vendas</p> <p>2.4. Comercialização e estoque</p> <p>UNIDADE 3 – CONSUMIDOR</p> <p>3.1. Fatores que interferem o comportamento de compra</p> <p>3.2. Processo de decisão de compra</p> <p>3.3. Adoção de novos produtos</p> <p>3.4. Fidelização</p>

BIBLIOGRAFIA:

BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>LAS CASAS, A.L. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing: a bíblia do marketing. São Paulo : Prentice Hall, 2007.</p> <p>ITALIANI, F. Marketing Farmacêutico. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>LAS CASAS, A. L. Administração de marketing: conceitos e aplicações à realidade brasileira. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>DIAS, S. R.(Coord.). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.</p> <p>LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. Marketing de serviços. 5. ed. Porto Alegre: Pearson, 2009.</p>

WESTWOOD, J. **O plano de Marketing**. São Paulo: M. Books, 2007.

BLESSA, R. ***Merchandising* Farma**: a farmácia do futuro. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

NALDINHO, A.C.; CARESATTO, C.T. **Balconista de Farmácia**. 1. ed. São Paulo: SENAC, 2013.