



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

UNIDADE 1 – MARKETING

- 1.1. Vendas e suas relações com o marketing
- 1.2. Planejamento e organização da força de vendas
- 1.3. Estratégias de negociação e vendas

UNIDADE 2 – VENDAS

- 2.1. Atendimento em Farmácias e Drogarias
- 2.2. Motivação da força de vendas
- 2.3. Controle da qualidade em vendas
- 2.4. Comercialização e estoque

UNIDADE 3 – CONSUMIDOR

- 3.1. Fatores que interferem o comportamento de compra
- 3.2. Processo de decisão de compra
- 3.3. Adoção de novos produtos
- 3.4. Fidelização

BIBLIOGRAFIA:

BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LAS CASAS, A.L. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de Marketing: a bíblia do marketing**. São Paulo : Prentice Hall, 2007.

ITALIANI, F. **Marketing Farmacêutico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LAS CASAS, A. L. **Administração de marketing: conceitos e aplicações à realidade brasileira**. 1^ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, S. R.(Coord.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. **Marketing de serviços**. 5. ed. Porto Alegre: Pearson, 2009.

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.