



Universidade Federal de Pernambuco
Departamento Hotelaria e Turismo
Curso de Bacharelado em Hotelaria
Programa de Disciplina

Código **Nome da Disciplina**

AD115	ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS EM HOTELARIA
--------------	---

C H Teórica	4	C H Prática	0	Carga Horária Total	60	Créditos	4
--------------------	----------	--------------------	----------	----------------------------	-----------	-----------------	----------

Curso

Departamento

Hotelaria	Ciências Administrativas
------------------	---------------------------------

Ementa

A função das vendas no sistema de marketing. O planejamento das vendas. A organização das vendas. Estratégia de vendas. Controle de vendas. A estrutura da área de vendas nas empresas hoteleiras. Análise da concorrência.

Conteúdo Programático

1. O Processo de Administração de Vendas
 2. Evolução da Venda Pessoal
 3. Atividades e Processo de Vendas no Sistema de Marketing
 4. Estratégias de Marketing e a Função de Vendas
 5. Avaliação das Oportunidades de Mercado
 6. Estimativa de Potencial de Mercado
 7. Métodos de Previsão de Vendas
 8. Critérios de Segmentação de Mercado
 9. Seleção das Vias de Distribuição e Logística
 10. Organização da Força de Vendas
 11. Organização da Atividade de Vendas
 12. Zoneamento de Vendas
 13. Organização do Território de Vendas
 14. Estruturação da Força de Vendas
 15. Formação da Equipe de Vendas
 16. Treinamento e carreira do Vendedor
 17. Motivação da Força de Vendas
 18. Administração de um Sistema de Incentivos
 19. Estabelecimento de Cotas de Vendas
 20. Avaliação de Eficácia da Força de Vendas
 21. O Controle de Qualidade em Vendas
 22. Análise de Custos, de Vendas e de Marketing
 23. Auditoria de Vendas
- Estrutura de Vendas nas Empresas Hoteleiras

Código

Nome da Disciplina

AD115	ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS EM HOTELARIA
--------------	---

B I B L I O G R A F I A

ACERENZA, M. A. Promoção Turística: um enfoque metodológico. São Paulo. Pioneira. 1991.
COBRA, M. Administração de Marketing. São Paulo. Atlas. 1996.
KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo. Atlas. 1998.
LAS CASAS, ^a L. Marketing. São Paulo. 1996.
RUSHMANN, Doris. Marketing turístico: Um enfoque promocional. Campinas, SP. Papirus.1991.

Professor(a) da Disciplina

Coordenação do Curso



Emitido em 11/04/2022

EMENTA Nº 715/2022 - DEPHT (11.34.29)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 11/04/2022 22:49)
ALEXANDRE CESAR BATISTA DA SILVA
COORDENADOR
2675562

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
715, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **11/04/2022** e o código de verificação: **526d0671e3**