



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO COMERCIAL

PROJETO INTEGRADO

GESTÃO DE VENDAS

UNIFEOB

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2021

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO COMERCIAL

PROJETO INTEGRADO
GESTÃO DE VENDAS

UNIFEOB

MÓDULO GESTÃO COMERCIAL

GESTÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF^a. RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Pamela Borges Felix, RA 1012021200307

Evelyn dos Santos Macedo RA 1012021200354

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 GESTÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO	7
3.1.1 TÉCNICAS E FASES DE VENDA	7
3.1.2 TÉCNICAS E TÁTICAS DE NEGOCIAÇÃO	7
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	8
3.2.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS	8
3.2.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO	8
4. CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste Projeto Integrado é realizarmos uma análise sobre a Gestão de Vendas de uma determinada empresa.

A Gestão de Vendas é um conjunto de ações direcionadas à evolução comercial, no qual permite uma melhor visão do segmento de negócios e auxilia na tomada de decisões.

Este tipo de gestão tem por objetivo desenvolver uma força nas vendas, coordenar operações e implementar técnicas de vendas, permitindo que a empresa atinja ou ultrapasse as metas estabelecidas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A UNIFEOB, Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos, é uma empresa de Ensino Superior, Técnico e de Pós-Graduação.

Está inserida no CNPJ de número 59.764.555/0001-52, situado na Avenida Dr. Otávio da Silva Bastos, 2439 - São João da Boa Vista - SP, CEP: 13870-110.

Por se tratar de uma empresa com atividades voltadas para a área de Educação, os principais produtos e serviços é a Graduação, porém também atua na parte de atendimento do Hospital Veterinário e no Escritório Modelo de atendimento ao público.

As informações para a realização do PI podem ser obtidas através de quaisquer fontes ou diretamente com as empresas. Se forem empresas do tipo S/A de capital aberto, as informações também podem ser obtidas através do portal da BM&F BOVESPA (http://www.b3.com.br/pt_br/).

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO

A UNIFEOB trabalha com atendimento ao público alvo através das redes sociais, Facebook, WhatsApp e LinkedIn e principalmente telefonemas onde é concentrado os Leads interessados.

Sendo assim, após a criação do Lead no sistema, e com as informações que são oferecidas ao futuro aluno, ele é direcionado ao processo de inscrição e após a aprovação, enfim a conversão do candidato que é convertido em matrícula na Instituição que inicia os estudos de imediato.

3.1.1 TÉCNICAS E FASES DE VENDA

As principais técnicas de vendas da Instituição, é direcionado ao Vestibular de Bolsas que é oferecido uma vez ao ano, normalmente no mês de Outubro, então o candidato realiza a prova, e de acordo com a classificação é direcionado à porcentagem de desconto descrita no Edital do concurso.

Caso o candidato não obtenha o desconto que consiga realizar a matrícula e finalizar a conversão, o caso dele é tratado à parte, podendo ter uma negociação, para que o futuro aluno possa ingressar no ensino superior.

A principal fonte de encantamento é o Universo UNIFEOB, que é onde os candidatos de Ensino Médio conhecem a Instituição, e cada curso que tem interesse, despertando assim, a curiosidade e interesse dos futuros alunos.

3.1.2 TÉCNICAS E TÁTICAS DE NEGOCIAÇÃO

A primeira etapa de negociação é o Marketing desenvolvido para atingir o público que a empresa deseja, na UNIFEQB é desenvolvido campanhas específicas em redes sociais, outdoor e panfletagem.

Após atingir o público é direcionado ao setor comercial e estratégias, onde é identificado a necessidade do Lead, e despertar o interesse para que seja convertido em inscrição para o processo seletivo.

Após a conversão de inscrição e aprovação no processo seletivo, é necessário a realização da matrícula, onde em média 70% dos candidatos realizam a matrícula, e se mantêm ativos na faculdade e no ensino superior.

Os estudantes precisam descrever sobre cada uma das etapas em um processo de negociação e analisar as principais técnicas de negociação.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

3.2.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS

3.2.2 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

4. CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

ANEXOS