



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<sup>a</sup>. 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

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>6</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>7</b>
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
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>10</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>11</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>12</b>

# **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/](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**