

KURSBESKRIVELSE FOR KEY ACCOUNT MANAGEMENT

1. Studium:	Bachelor i markedsføring og salgsledelse
2. Kurs:	Key Account Management
3. Studieår/Semester:	3. semester (2. studieår)
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Line Christoffersen
6. Antall timer kontakt med foreleser i auditorium/klasserom:	<u>50 som deles i to:</u> 25 timer til KAM 25 timer til økonomi Det gis ingen veiledning utover dette.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Gjennomført kurs i bedriftsøkonomi
8. Fagbeskrivelse:	<p>Kurset skal gi en god innføring i KAM. Vi vil gå i dybden på strategiprosessen rundt KAM, organisering av arbeidet og interne- systemer og prosesser for tilrettelegging av KAM. Kundens behov for hjelp til strategi- og analysearbeid vil være en sentral del av kurset. En annen stor del av kurset vil være viet taktisk økonomistyring og studentene vil jobbe med budsjettering, prognoser, pris- og rabattkalkulasjon og kostnadskontroll.</p>
9. Mål:	<p>Studentene skal forstå hva key account management (KAM) er og forstå behovet for KAM-programmer. Studentene skal være i stand til å identifisere nøkkelkunder og ivareta dem gjennom KAM. Kurset skal gi en forståelse av hvordan man best organiserer, planlegger og gjennomfører KAM i en bedrift. Studentene skal kjenne til hvilke egenskaper som kreves av personer som skal jobbe med KAM. Studentene skal vite hvordan de hjelper kunder i forhold til strategi- og analysearbeide og effektiv</p>

	<p>kommunikasjon. Studentene skal forstå hvordan de kan drive effektiv taktisk og strategisk økonomistyring i forhold til egen bedrift og i forhold til kundene, herunder kostnads- og salgsbudsjettering og priskalkulasjon.</p>
10. Emneoversikt:	<p><u>Strategisk og taktisk økonomistyring (25 timer):</u> Grunnleggende økonomistyring Priskalkulasjon Installasjon og bruk av Excel i KAM Taktisk økonomistyring Budsjett og budsjettsammenhenger Organisering av budsjettarbeidet Fastsettelse av budsjettmål Salgsbudsjettering Kostnadsbudsjettering Resultat-, likviditets- og balansebudsjett</p> <p><u>Key account management (25 timer):</u> Introduksjon til KAM KAM strategi Organisering for KAM Systemer og prosesser som støtter opp om KAM Kategoristyring Space management Relasjonsstyring</p>
11. Gjennomføring:	<p>Kurset vil hovedsakelig bestå av forelesninger.</p>
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	<p>Avsluttende Skriftlig eksamen (3 timer) uten hjelpemidler som teller 100% av karakteren.</p>
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>Noel Capon (2001) Key Account Management and Planning, The Free press. Kapittel 1-8. (307 sider). ISBN: B000069L5J. Pris kr 390,- www.norli.no.</p> <p>Kjell Gunnar Hoff (2004), "Budsjettering – taktisk økonomistyring", Oslo, Universitetsforlaget. ISBN 8215005969. Pris kr 379,- på www.bokkilden.no. Kapittel 1-9 (180 sider).</p>

	<p>Kjell Gunnar Hoff (2004), "Budsjettering – taktisk økonomistyring. Oppgaver og løsningsforslag", Oslo, Universitetsforlaget. ISBN 82-1500-635-3. Pris kr 199,- på www.bokkilden.no. Kapittel 1-9 (80 sider).</p> <p>Artikler som deles ut i klassen</p>
14. Anbefalt litteratur:	<p>Kjell Gunnar Hoff (2005), "Bedriftens økonomi", Oslo, Universitetsforlaget. ISBN: 82-1500-776-7.</p>