



## **KURSBESKRIVELSE FOR SALGSLEDELSE**

1. Studium:	BA Markedsføring og Salgsledelse
2. Kurs:	Salgsledelse
3. Semester:	5 (Tredje år)
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Henning Weseth
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Gjennomført kurset Key Account Management (10sp) år 2
8. Fagbeskrivelse:	Første del tar opp hvordan man kan kartlegge behov og vurdere nødvendig ressurstilgang slik at man sikres nødvendig salgsressurser og støtteressurser i salgsoyemed. Andre del tar opp hvordan ledelse og utvikling av salgsorganisasjonen bør/kan foregå. Tredje del går inn på salgsleder og dets rolle. Fjerde og siste del tar for seg lover og bestemmelser samt etiske forhold
9. Mål:	Kurset skal gjøre studentene i stand til å planlegge og målsette salgsinnsats. Studenten kunne forstå hvordan man best kan rekruttere, utvikle, lede samt motivere salgsorganisasjonen. Et viktig mål er også at man etter endt kurs skal kjenne til sentrale lover, samt være bevisst ulike etiske problemstillinger som salgsledere kan stå overfor.
10. Emneoversikt:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduksjon til salgsledelse</li> <li>2. Salgsplanlegging</li> <li>3. Estimering av segmenter og målgrupper</li> <li>4. Utvikling av salgsprogrammer</li> <li>5. Motivering av salgstyrken</li> <li>6. Oppfølging og kontroll av salgsprogram</li> <li>7. Lover og bestemmelser</li> </ol>

	8. Etikk
11. Gjennomføring:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene. Gjennomføring av kurset vil bestå av forelesninger og ulike typer av gruppearbeid
12. Evaluering (underveis- og sluttevalueringer):	1 skriftlig gruppearbeid som vektet til 40% 1 individuell skriftlig eksamen som vektet til 60%
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>Gilbert A. Churchill, Neil M. Ford, Orville C. Walker Sales Force Management, IRWIN, 8. utgave Pris ca. 600, 700 sider</p> <p>Lov om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. (arbeidsmiljøloven) Pris ca. 100, 40 sider</p> <p>Artikler (finnes på ebsco i fulltekst)</p> <p>Susan k. Delvecchio (1998) The quality of salesperson-manager relationship: The effect of latitude, loyalty and competence, Journal of Personal selling &amp; Sales Management. New York; Winter 1998; vol. 18, Iss. 1; 17 pgs.</p> <p>Strutton David, Pelton Lou E. &amp; Lumpkin James R. (1993) "The relationship Between Psychological Climate And Salesperson-Sales Manager Trust in Sales Organizations", Journal of Personal Selling &amp; Sales Management, Vol. 12, Nr. 4, pp 1-14</p> <p>Andaleeb Syed Saad, Anwar Syed Ferhat (1996) Factors Influencing Customer Trust in Salespersons in Developing Country, Journal of International Marketing, Vol. 4, No. 4 pp. 35-52</p> <p>Bejou David, Ennew Christine, Palmer Adrian (1998) "Trust, etics and relationship satisfaction", International Journal of Bank Marketing, pp 170- 175</p>
14. Anbefalt litteratur:	Anderson E. & Oliver Richard L. Perspectives of behavior-

	<p>based versus outcome-based salesforce control systems, Journal of Marketing, October 1987, vol. 51, 76-88</p> <p>Oliver, R.L. &amp; Anderson E. (1994) An empirical test of consequences of behavior- and outcome-based sales control systems, Journal of marketing, Vol. 58 (oct), pp. 53- 67.</p>
--	--