

## KURSBESKRIVELSE

### SKK1100 Salg, kundeorientering og kjøpsatferd

1. Studium/studier	Bachelor i Markedsføring og salgsledelse
2. Studieår/semester	1.studieår - 1.semester
3. Studiepoeng	15
4. Kursansvarlig	Høyskolelektor Tore Fredrik Waters
5. Antall timer	75 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse.
7. Mål	<p>Studentene skal etter avsluttet kurs være i stand til å vurdere effektiviteten i forskjellige måter å organisere, planlegge og gjennomføre salgsinnsats på, herunder hvordan måle effekt av salgsarbeidet. De skal også kjenne til viktige lovbestemmelser som gjelder for selgere.</p> <p>Faget skal gi kunnskap om forskjellige former for salgsfunksjoner, og samspillet mellom dem. Videre skal faget gi kunnskap om sammenhengen mellom kundenes beslutningsprosesser og salgets prosesser, og kunnskap om salgsteknikker og hvordan disse kan skape fremdrift i prosessene.</p>
8. Innhold	<p>Sentrale suksessfaktorer for ett vellykket salgsarbeid</p> <p>Kjøpsatferd i det private og det offentlige marked</p> <p>Salgsprosessen og salgsteknikker</p> <p>Juridiske forhold knyttet til salg.</p>
9. Gjennomføring	Gjennomføring av kurset vil bestå av forelesninger og ulike typer av gruppearbeid.
10. Evaluering	<p>Deleksamen, som er en gruppeoppgave på inntil tre studenter, teller 40 % av sluttkarakteren.</p> <p>Slutteksamen er en 3 timers individuell skriftlig besvarelse som teller 60 % av sluttkarakteren.</p>
11. Pensumlitteratur	Framnes, Runar, Arve Pettersen og Hans Mathias Thjømøe. 2006. <i>Markedsføringsledelse</i> . 7. utg. Oslo:

	<p>Universitetsforlaget. ISBN: 978-82-15-00831-8. Sider: 624. Pris: 539,-.</p> <p>Futrell, Charles. 2007. <i>Fundamentals of selling</i>. 10th ed. Boston: Irwin/McGraw-Hill. ISBN: 9780073305882. Sider: 579. Pris: ca. 800,-, Kapittel 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 og 14, Sider 500</p> <p>Rackham, Neil. 1998. <i>Kundstrategier: vägen till de stora besluten</i>. Malmö: Liber. ISBN: 91-47-06380-7. Sider: 203. Pris: 295,-.</p> <p>Prinsipper for bedre innkjøp – Ivar Brynhildsvoll, Thor Bjarne Abrahamsen, Fagbokforlaget, ISBN: 82-7674-887-2, 2002, Kapittel 5: Anskaffelsesprosessen, Kapittel 9: Avtaler, Kapittel 10: Beslutningsanalyse for innkjøp, Kapittel 11: Leverandørklassifisering, Kapittel 12: Tilbudsevaluering, Kapittel 13: Leverandør-lønnsomhetsanalyser, sider: 73</p> <p>Consumer Behavior – An Applied Approach, Nessim Hanna and Richar Wozniak, Prentice Hall, ISBN 0-13-089502-4, 2001, Kapittel 9: Consumer Decision Making, Sider: 32</p> <p>Norge. <i>Lov om forbrukerkjøp (Forbrukerkjøpsloven)</i>. Oslo: Cappelen Akademisk. ISBN: 978-82-02-27358-3. Sider: 19. Pris: 49,-.</p> <p>Artikler:</p> <p>Kunøe, Gorm. 2005. Salgsledelse: et konsept for forretningsutvikling. <i>Magma</i>, 8(1):62. Sider: 9.</p> <p>Nielsen Marketing Research, og American Marketing Association. 1992. Utdrag. I <i>Category management: positioning your organization to win</i>. Lincolnwood: NTC Business Books. Sider: 30.</p> <p>Piercy, Nigel F., og Nikala Lane. 2003. Transformation of the traditional salesforce: imperatives for intelligence, interface and integration. <i>Journal of marketing management</i>, 19(5/6):563-582. Sider: 19.</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Kohli, Ajay K., og Bernard J. Jaworski. 1990. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. <i>Journal of Marketing</i>, 54 (2):1. Sider: 18 (1-18).</p>