

## KURSBESKRIVELSE

### SLE3100 Salgsledelse

1. Studium/studier	Bachelor i Markedsføring og salgsledelse
2. Studieår/semester	3.studieår - 5.semester
3. Studiepoeng	10
4. Kursansvarlig	Høyskolelærer Lars Vestheim
5. Antall timer	50 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse. Gjennomført kurset Key Account Management (10sp).
7. Mål	Kurset skal gjøre studentene i stand til å planlegge og å 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.
8. Innhold	<p>Første del tar opp hvordan man kan kartlegge behov og vurdere nødvendig ressurstilgang slik at man sikres nødvendig salgsressurser og støtteressurser i salgøyemed. 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</p> <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 salgsstyrken</li><li>6. Oppfølging og kontroll av salgsprogram</li><li>7. Lover og bestemmelser</li><li>8. Etikk</li></ol>

9. Gjennomføring	Kurset vil bestå av forelesninger og ulike typer av gruppearbeid
10. Evaluering	Deleksamen, gruppeoppgave, teller 40 % av karakteren i kurset. Slutteksamen, individuell/3 timer, teller 60 % av karakteren i kurset.
11. Pensumlitteratur	<p>Andaleeb, Syed Saad, og Syed Ferhat Anwar. 1996. Factors influencing customer trust in salespersons in a developing country. <i>Journal of International Marketing</i> 4 (4):35. Sider: 18. (Tilgjengelig via Ebsco)</p> <p>Bejou, David, Christine T. Ennew, og Adrian Palmer. 1998. Trust, ethics and relationship satisfaction. <i>International Journal of Bank Marketing</i> 16 (4/5):170. Sider: 6. (Tilgjengelig via Ebsco)</p> <p>DelVecchio, Susan K. 1998. The quality of salesperson-manager relationship: the effect of latitude, loyalty and Competence. <i>Journal of Personal Selling &amp; Sales Management</i> 18 (1):31. Sider: 17. (Tilgjengelig via Ebsco)</p> <p>Johnston, Mark W., Greg W. Marshall, og Gilbert A. Churchill. 2009. <i>Churchill/Ford/Walker's sales force management</i>. 9th ed. Boston: McGraw-Hill/Irwin. ISBN: 978-0071288057. Sider: 512. Pris: ca 600,-.</p> <p>Norge. 2008. <i>Lov av om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. (Arbeidsmiljøloven)</i>. Oslo: Cappelen. Sider: ca. 60. Pris: ca. 75.</p> <p>Strutton, David, Lou E. Pelton, og James R. Lumpkin. 1993. The relationship between psychological climate and salesperson-sales manager trust in sales organizations. <i>Journal of Personal Selling &amp; Sales Management</i> 13 (4):1. Sider: 15. (Tilgjengelig via Ebsco)</p> <p>Alle artikler finnes i fulltekst i Ebsco (Business Source Premier)</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Anderson, Erin, og Richard L. Oliver. 1987. Perspectives on Behavior-Based Versus Outcome-Based Salesforce Control Systems. <i>Journal of Marketing</i> 51 (4):76. Sider: 13. (Tilgjengelig via Ebsco)</p> <p>Oliver, Richard L., og Erin Anderson. 1994. An empirical test of the consequences of behavior-and outcome- based sales control systems. <i>Journal of Marketing</i> 58 (4):53. Sider: 15. (Tilgjengelig via Ebsco)</p>