



EMS 9920 Markedsføring og salg av tjenester

Studium

Eiendomsmeglerstudiet (2.år)

Kursansvarlig

Tor Grenness

Institutt

Kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Høst, Vår

Vekttall

4

Mål

Kursets formål er å gi studentene fordypende kunnskaper på sentrale områder innen tjenestemarkedsføring knyttet til eiendomsmegling. Kurset omfatter fagområdene informasjons- og kjøpsatferd, salg og salgsledelse, markedsanalyse, samt serviceledelse. Kurset skal gjennom forelesninger, veiledning og oppgaveløsning i størst mulig grad knyttes til de særtrekk som gjelder for eiendomsmeglerbransjen.

Forkunnskaper

Bedriftsøkonomstudiet eller tilsvarende utdanning.

Obligatorisk litteratur

Se under tilleggsinformasjon

Anbefalt litteratur

Se under tilleggsinformasjon

Emneoversikt

Kurset gjennomføres med 84 kurstimer og er organisert i følgende fire delkurs:

1. Informasjons- og kjøpsatferd
2. Markedsanalyse
3. Serviceledelse
4. Salg og salgsledelse

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i kurset EMS 9920 Markedsføring og salg av tjenester.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over to semestre med 84 kurstimer. Kurset gjennomføres med to undervisningskurs:

- EMS 9921 Markedsføring og salg av tjenester 1 - høst
- EMS 9922 Markedsføring og salg av tjenester 2 - vår

Eksamen

Studentene evalueres med en prosjektoppgave knyttet til eiendomsmeglerbransjen med bakgrunn i pensumlitteraturen. Oppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter. Ved løsning av oppgaven skal det først utarbeides et to siders notat om innhold og opplegg av prosjektoppgaven som skal godkjennes av kursansvarlig/foreleser før videre arbeid settes igang.

Eksamenskoder

EMS 99201 Markedsføring og salg av tjenester - Prosjektoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9920, 4 vekttall

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt ved løsning av prosjektoppgaven.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av eksamen.

DELKURS 1: Informasjons- og kjøpsatferd

Mål

Kunnskap om kunders motiver, behov og beslutningsprosesser er en forutsetning for systematisk markedsføring og effektiv markedskommunikasjon for alle produkter - også eiendomsmegler tjenester.

Kurset tar sikte på å gi kunnskap om kjøpsatferd og faktorer som påvirker denne på ulike markeder - med tyngde på kjøp av private tjenester. Studentene skal etter kurset kunne ta bedre markedsføringsbeslutninger knyttet til eiendomsmegling.

Litteratur

Thjømøe, Hans Mathias. 1999. *Forbrukeradferd*. 6. utg. Oslo: Tano Aschehoug.

Emneoversikt

1. Hva er informasjons- og kjøpsatferd
2. Koblingen mellom kjøpsatferd og markedsanalyse
3. Individuelle faktorer med konsekvenser for kjøpsatferd
4. Sosiale faktorer med konsekvenser for kjøpsatferd
5. Om markedskommunikasjon og posisjonering

DELKURS 2: Markedsanalyse

Mål

Kursets mål er å gi studentene en forståelse av hvordan man kan skaffe seg et solid informasjonsgrunnlag for utøvelse av markedsføringsfunksjonen i eiendomsmeglerbransjen. Undervisningen tar sikte på å gjøre studentene i stand til selv å gjennomføre enklere markedsundersøkelser og til å bli kvalifiserte innkjøpere og brukere av markedsanalysetjenester.

Litteratur

Grenness, Tor: *Kompendium i markedsanalyse for eiendomsmeglere*. Sandvika: Handelshøyskolen BI.

Emneoversikt

1. Relevansen av markedsanalyse for eiendomsmeglere
2. Markedsovervåking
3. Planlegging og gjennomføring av markedsundersøkelser

DELKURS 3: Serviceledelse og tjenestemarkedsføring

Mål

Kursets mål er å gi studentene en generell innsikt i og operativ forståelse av hvilke konsepter vi i dag har for ledelse og markedsføring av tjenesteforetak. Det legges vekt på de særtrekk som gjør at en ikke uten videre kan overføre ledelses- og markedsføringsprinsipper fra produksjonsforetak til tjenesteforetak. Kurset anvender et ledelsesperspektiv i gjennomgangen av muligheter og problemer knyttet til organisering, styring og markedsføring av tjenesteforetak, med spesiell fokus på eiendomsmegling. Etter kurset skal studentene være bedre i stand til å markedsføre megler tjenester og kommunisere med ulike aktører i markedet.

Litteratur

Andreassen, Tor Wallin. 1999. *Serviceledelse: Markedsføring av tjenester: service som konkurransefortrinn*. 3. utg. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Emneoversikt

1. Introduksjon om tjenester
2. Klassifisering av tjenester
3. Servicekvalitet og kundetilfredshet
4. Utvikling av konkurransedyktige tjenester
5. Håndtering av kunderelasjoner
6. Organisatoriske aspekter og intern markedsføring
7. Strategisk ledelse og markedsplanlegging

8. Markedskommunikasjon av eiendomsmeglertjenester

DELKURS 4: Salg og salgsledelse

Mål

Gjennom dette kurset skal studentene utvikle salgsforståelse og forståelse for personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel i en salgsprosess, samtidig som salgets plass i markedskommunikasjonsprosessen understrekes.

Litteratur

Berg, Petter A. 2000. *Kunsten å selge* . 2.utg. Oslo : Cappelen akademisk forlag.

Emneoversikt

1. Plan og systematikk i salgsarbeidet
2. Motivering og opplæring av medarbeidere
3. Kontroll og styring etter norm- og nøkkeltall
4. Avslutningsteknikker i salg