



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2005/2006

## **EMS 9920 Markedsføring og salg av tjenester - For kontinuasjonsstudenter**

### **Studium**

Bachelorstudiet i eiendomsmegling (2. år)

### **Kursansvarlig**

Tor Grenness

### **Institutt**

Kommunikasjon - kultur og språk

### **Semester**

Se studieplan for aktuelt studium

### **Studiepoeng**

12

### **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**

#### **Bøker:**

Andreassen, Tor Wallin. 1999. Serviceledelse: markedsføring av tjenester: service som konkurransefortrinn. 3. utg. Oslo: Ad notam Gyldendal  
Berg, Petter A.. 2000. Kunsten å selge. 2. utg. Oslo: Cappelen akademisk forl.  
Thjømøe, Hans Mathias og Erik L. Olson. 2001. Forbrukeradferd. 7. utg. Oslo: Universitetsforl.

#### **Annet:**

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

### **Anbefalt litteratur**

### **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.

### **Eksamenskode(r)**

EMS 99201 Markedsføring og salg av tjenester - Prosjektoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset EMS 9920, 12 studiepoeng

### **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 og Erik L. Olsson. 2001. *Forbrukeradferd* . 7. utg. Oslo: Universitetsforlaget.

#### **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 eiendomsmegler tjenester

#### **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