



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

EMS 2328 Markedsføring og salg av tjenester

Studium

Bachelorstudiet i eiendomsmegling (2. år)

Kursansvarlig

Gorm Kunøe

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

12

Undervisningsspråk

Norsk

Mål

Kursets mål er å gi studentene fordypende kunnskaper på sentrale områder innen tjenestesalg og markedsføring knyttet til eiendomsmegling. Kurset omfatter fagområdene serviceledelse, påvirkning, salg og salgsledelse, samt profesjonsetikk. Kurset skal gjennom forelesninger og caseløsninger i størst mulig grad knyttes til de særtrekk som gjelder for eiendomsmeglerbransjen.

Forkunnskaper

Årsenhet i Bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Andreassen, Tor Wallin. 2006. Serviceledelse: planlegging og styring av sannhetens øyeblikk. 5. utg. Oslo: Gyldendal akademisk
Berg, Petter A. 2005. Kunsten å selge. 3. utg. Oslo: Cappelen akademisk forlag
Christoffersen, Svein Aage, red. 2005. Profesjonsetikk : om etiske perspektiver i arbeidet med mennesker. Oslo: Universitetsforlaget
Cialdini, Robert B. 2003. Påvirkning: teori og praksis. Oslo: Abstrakt forlag

Anbefalt litteratur

Bøker:

Bennett, William J. 2007. Dyderne bog: En skatkiste af gode fortællinger. Lindhardt og Ringhof
Johnston, Mark W. and Greg W. Marshall. 2006. Churchill/Ford/Walker's sales force management. 8th ed. Boston : McGraw-Hill/Irwin
O'Keefe, Daniel J. 2002. Persuasion: Theory and research. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage
Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. 2006. Services marketing: integrating customer focus across the firm. 4th ed. New York: Irwin/McGraw-Hill

Emneoversikt

Kurset gjennomføres med 72 kurstimer og er organisert i følgende fire delkurs:

1. Serviceledelse
2. Påvirkning
3. Salg og salgsledelse
4. Profesjonsetikk

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i kurset EMS 2328 Markedsføring og salg av tjenester.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over ett semester (høst) med 72 kurstimer, som forelesninger og casearbeid i mindre grupper, i hvert av de fire delkursene.

DELKURS 1: 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 meglertjenester og kommunisere med ulike aktører i markedet.

Litteratur

Andreassen, Tor Wallin. 2006. Serviceledelse. 5. utg. Oslo: Gyldendal akademisk. NB! kapitlene 1 og 6 er ikke eksamensrelevante.

Emneoversikt

1. Introduksjon av 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

Anbefalt litteratur

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner og Dwayne D. Gremler. 2006. Services marketing: integrating customer focus across the firm. 4th ed. New York : Irwin/McGraw-Hill

DELKURS 2: Påvirkning

Kurset har to mål: 1. Studentene skal skaffe seg detaljerte kunnskaper om og forståelse av samfunnsvitenskapelige teorier om påvirkning og overtalelse. 2. Studentene skal få forståelse for hvilke egenskaper ved sendere, budskap, kanaler og mottakere som påvirker utfallet av påvirkning og overtalelse.

Mål

I delkurset presenteres hvordan vi påvirkes og påvirker andre. Sentralt står Cialdinis inndeling av effektive påvirkningsteknikker: Gjensidighet, konsistens, sosiale bevis, sympati, autoritet og knapphet. Når man forstår hvilket våpen bevisst påvirkning er, forstår man også hvordan påvirke selv mest effektivt.

Emneoversikt

1. Påvirkningens våpen
2. Gjensidighet
3. Indre forpliktelse og konsistens
4. Sosiale bevis
5. Likt og bli likt
6. Autoritet
7. Knapphet
8. Øyeblikkets påvirkning

Litteratur

Cialdini, Robert B. (2003) Påvirkning i teori og praksis. Abstrakt Forlag.

Anbefalt litteratur

O'Keefe, Daniel. (2002). Persuasion: Theory and research. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage

DELKURS 3: Personlig salg og salgplanlegging

Mål

Målet med kurset er å bringe studentene på et kunnskapsmessig nivå som setter dem i stand til å planlegge og gjennomføre personlige salg. Gjennom dette delkurset skal studentene utvikle salgsforståelse og forståelse for personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel i en salgsprosess, samtidig som salgets plass i markedskommunikasjonsprosessen understrekes.

Emneoversikt

1. Salget og kjøpets prosesser
2. Salgssamtalen

3. Kommunikasjonsforståelse
4. Spørreteknikker, innvendinger og avslutningsteknikker
5. Økonomisk argumentasjon
6. Forhandlingsteknikk
7. Relasjonsbygging og kvalitetssikring

Litteratur

Berg, Petter A. 2005. Kunsten å selge. Cappelen Akademisk Forlag

Anbefalt litteratur

Churchill/Ford/Walker (2006). Sales Force Management. 8. ed. McGraw-Hill.

DELKURS 4: Profesjonsetikk

Mål

Profesjonsetikk setter fokus på hva det etisk sett innebærer å arbeide som eiendomsmegler innen den norske modell for eiendomsmegling. Eiendomsmegleren som yrkesutøver møter i sitt daglige arbeid kunder ansikt til ansikt, og må i disse møtene med andre treffe avgjørelser og valg med store og små konsekvenser for kundene og eiendomsmegleren. Megleren står daglig overfor utfordringer som har etiske og moralske sider.

Kurset tar sikte på å styrke studentenes basis for å treffe gode beslutninger av etisk-moralsk karakter.

Emneoversikt

1. Hvorfor etikk?
2. Profesjoner og profesjonsetikk – hva er det?
3. Etikk i eiendomsmeglerforetak
4. Den etiske eiendomsmegler
5. Dydsetikk, medborgerskap og sosial praksis
6. Profesjonsetikk som dømmekraft
7. Urørlighetssonen – grenser og overgrep
8. Dyder er ikke tilleggsgoder

Litteratur

Christoffersen, Svein Aage (red.) (2005). Profesjonsetikk. Oslo: Universitetsforlaget

Anbefalt litteratur

Bennett, William (2007). Dyderne bog. En skatkiste af gode fortællinger. Lindhardt og Ringhof

Eksamen

Kurset avsluttes med en 5 timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

EMS 23282 - Individuell skriftlig eksamen teller 100% av den totale karakteren for EMS 2328 Markedsføring og salg av tjenester, 12 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon ved neste ordinære gjennomføring av kurset. Det arrangeres kontinuasjon i gammelt pensum EMS 23281 høsten 2008 og siste gang våren 2009.