



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2010/2011

MRK 3500 Business to Business; markedsføring og salg

Studium

Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (2. år), Bachelorstudiet i markedsføring (2. år)

Kursansvarlig**Institutt**

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Markedsføring og salg til bedrifter er ofte mer komplisert enn til forbrukere og stiller spesielle krav til utøvelsen. Dette gjelder ikke minst organisasjoners kjøpsadferd, relasjoner mellom kunde og leverandør og betydningen av personlig salg. Salg står sentralt i enhver markedsavhengig bedrifts eksistens. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel for å få påvirket en eksisterende eller en kommende kunde i ønsket retning.

Læringsmål**Kunnskapsmål**

Studentene opparbeider:

- Forståelse for hvordan bedrifter, det offentlige og andre organisasjoner kjøper inn varer og tjenester
- Kunnskap om interorganisatoriske relasjoner og problemer og muligheter som ligger i alternative samarbeidsnivåer
- Kunnskap som setter deltakeren i stand til å etablere og utvikle kundeforhold
- Kunnskap om de spesielle forhold som påvirker anvendelsen av virkemidler i markedsføringen herunder prissetting, produktstrategi og markedskommunikasjon
- Kunnskap om hvilken rolle bedriftens samfunnsansvar (CSR) har på strategivalg og gjennomføring
- Forståelse for verdibegrepet som grunnlag for den utøvende markedsføring
- Forståelse for hva det betyr i praksis å selge profesjonelt og hvordan man tilegner seg kompetanse for å fungere som selger

Ferdighetsmål

Studentene tilegner seg ferdigheter i å:

- Analysere bedriften og kunden for å etablere optimalt samarbeidsnivå
- Utvikle et program for relasjonsmarkedsføring
- Utvikle bedriftens strategier i alle delområder av markedsføring når andre bedrifter og organisasjoner er kunder
- På egen hånd være i stand til å kontakte mulige kunder og gjennomføre en salgsprosess
- På egen hånd å utarbeide en salgsplan som fyller salgsledelsens oppsatte aktivitetsmål, og kunne gjennomføre planlegging av kundeforholdet over tid
- Anvende it-basert CRM (customer relationship management) system i kvantitative analyser og i salgsplanlegging.

Holdningsmål

Kurset skal gjennom profesjonalisering av deltakeren få etablert en kritisk og konstruktiv holdning til salg og markedsføring på bedriftsmarkedet.

Forkunnskaper

MRK 2914 Markedsføring

Obligatorisk litteratur**Bøker:**

Kunøe, Gorm. 2010. Salg og salgsledelse med CRM-systemer. ScanForum.

Kap 1. Salg med CRM-systemet, salgsmål og strategier og salgsledelse, side 21 – 215
Kap. 2. Selger som person og selgerjobben, side 216 – 270
Kap. 3 Operativt salg med CRM - systemet, side 271 – 294
Appendix 1. Orientering om et typisk CRM – system, side 455 – 486
Nes, Erik B. og Harald Biong. 2009. Markedsføring på bedriftsmarkedet. 3. utg. Oslo : Universitetsforlaget

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Miljøledelse og CSR (bedriftens samfunnsansvar)
- Organisasjoners kjøpsadferd
- Analyse, etablering og utvikling av kunde-leverandør relasjoner
- Segmentering
- Produktstrategi, markedsføring av råvarer og av profesjonelle tjenester
- Prisstrategi og verdibasert prissetting
- Salg med introduksjon til CRM-systemer
- Salgsprosessen og salgsstøttesystemet
- Finn – vinne – og binde kunde
- Direkte markedsføring i B2B-markedet
- Implementering av CRM (Customer Relationship Management)– systemer
- Salgsledelse med CRM-systemet

Dataverktøy

Studentene arbeider interaktivt med et av de mest anvendte CRM-systemer.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset består av en kombinasjon av forelesninger (33 timer) og øvelser i anvendelse av CRM system (9 timer).

Arbeidskrav

Det er to innleveringer i kurset. Dette er en arbeidsoppgave relatert til løsning av et praktisk case og en innleveringsoppgave i anvendelse av CRM system i salgsledelse.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesning	33
Forberedelse og etterarbeid til forelesninger	72
Oppgaveløsning og trening med CRM system (egen og grupper) (inkludert foreleserstyrt anvendelse av CRM system)	40
Case innlevering	8
Diverse/eksamensforberedelse	44
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

33 timer - Forelesninger m/ dialog og mindre gruppeoppgaver

9 timer - Veiledningsseminarer i CRM

3 timer - Vurdering av innleveringene og gjennomføring av prosessen - Sentralt koordinert

45 timer totalt

Arbeidskrav

Kurset har to innleveringer hvor oppgavene løses i grupper på minimum 3 til maksimum 5 studenter. En oppgave er relatert til CRM systemet og en oppgave er løsning av et case. Begge innleveringene vurderes med godkjent/ikke godkjent. Begge oppgavene er arbeidskrav som må godkjennes for å kunne avlegge eksamen i kurset.

Eksamen

Kurset avsluttes med en fire (4) timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

MRK 35001 - Skriftlig eksamen, teller 100 % i kurset MRK 3500, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt til eksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjoneksamen tilbys hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke ta eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på skriftlig eksamen eller som ønsker å forbedre karakteren, må ta ny kontinuasjonseksamen ved senere gjennomføring av eksamen.

Tilleggsinformasjon