



EMS 3684 Markedsføring og salg av eiendom

Studium

Bachelorstudiet i eiendomsmegling (3. år)

Kursansvarlig

Gorm Kunøe, Paul H Fjeldheim

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

15

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset skal gi studentene kunnskap om salg og markedsføring av eiendom og eiendomsmeglingstjenester, og tilhørende rettslig reguleringen.

Læringsmål

Kursets mål er å gi studentene fordypende kunnskaper på sentrale områder innen tjenestesalg og markedsføring knyttet til megling av eiendom til salg. 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 og tilhørende lovgivning.

Målet med kurset er at studentene skal opparbeide seg kunnskap som setter dem i stand til å markedsføre og gjennomføre eiendomssalg.

Kunnskapsmål

- Etter endt kurs skal studentene ha ervervet seg kompetanse som setter dem i stand til å fungere som meglere i selgerrollen. Det betyr å forstå salgets prosesser og være aktiv deltaker i strategisk og operativ salgsplanlegging
- Studentene skal også ha opparbeidet kunnskap om hva som påvirker bedriftens omdømme overfor eksisterende og nye kunder.
- Studentene skal kunne relatere eiendomsmegling til sentrale lover innen markedsføring og salg.

Ferdighetsmål

- Studentene skal etter endt kurs være i stand til å kontakte mulige kunder og gjennomføre en salgsprosess.
- Være i stand til å utarbeide en salgsplan som oppfyller de av salgsledelsen satte aktivitetsmål, og kunne gjennomføre planlegging av kundeforholdet over tid.
- Studentene skal ha kunne anvende det lovgrunnlag som regulerer markedsføring og salg i eiendomsmeglerforetak.

Holdningsmål

- Studentene skal gjennom kurset ha etablert både profesjonell og kritisk - konstruktiv holdning til begrepet salg.
- Gjennom kurset bør studenten ha utviklet god forståelse for den etiske og lovmessige side av salg i eiendomsmeglerforetak.

Forkunnskaper

Studenten må ha gjennomført de første 2 år av eiendomsmeglerstudiet eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Andreassen, Tor Wallin. 2006. Serviceledelse : planlegging og styring av sannhetens øyeblikk. 5. utg. Gyldendal akademisk. Kapitlene 1 og 6 er ikke eksamensrelevante

Berg, Petter A. 2009. Kunsten å selge : etablere, beholde og utvikle salgsrelasjoner. 4. utg. Cappelen Akademisk forlag
 Bråthen, Tore og Margrethe Røse Solli. 2011. Lærebok i praktisk eiendomsmegling. Del 1. 3. utg (rev). Norges eiendomsmeglerforbund. Side 114 - 138
 Christoffersen, Svein Aage, red. 2005. Profesjonsetikk : om etiske perspektiver i arbeidet med mennesker. Universitetsforlaget
 Cialdini, Robert B. 2011. Påvirkning : teori og praksis. 2. utg. Abstrakt Forlag. (norsk utgave)
 Lunde, Tore og Ingvild Mestad og Terje Lundby Michaelsen. 2010. Markedsføringsloven med kommentarer. Gyldendal akademisk
 Rosén, Karl og Dag Henden Tørsteinsen. 2008. Eiendomsmegling : rettslige spørsmål. 2. utg. Gyldendal akademisk. Side 219 - 325

Anbefalt litteratur

Bøker:

Bennett, William J. 2007. Dydernes bog. 2. udg. Lindhardt og Ringhof
 Johnston, Mark W., Greg W. Marshall. 2011. Churchill/Ford/Walker's sales force management. 10th ed. McGraw-Hill/Irwin
 Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2009. Services marketing : integrating customer focus across the firm. 5th ed. McGraw-Hill/Irwin

Annet:

Kunøe, Gorm. 2008. Kompendium til markedsføring og salg av eiendomsmeglertjenester. ScanForum AS

Emneoversikt

1. Juridiske emner

Rettsregler om salg og markedsføring av eiendom og eiendomsmeglingstjenester, herunder bl.a. eiendomsmeglingslov, markedsføringslov og bransjenormer. Det vektlegges spesielt kravene til utforming av salgsoppgaver og annonser.

2. Salgs- og markedsføringsrelaterte emner

- Serviceledelse og tjenestemarkedsføring
- Personlig salg og salgplanlegging
- Profesjonsetikk
- Påvirkning - Effektive påvirkningsteknikker

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over ett semester. Undervisningen fordeles likt mellom markedsføring-/salgsdelen og jusdelen. Undervisningen skjer ved forelesninger, gruppearbeid og praktisk problemløsning. I tillegg vil det bli utdelt oppgaver og cases som forutsettes løst på individuell basis.

Som en del av undervisningsopplegget skal studentene deles i mindre kollokviegrupper i den jusrelaterte delen av kurset og jobbe med oppgaveløsning tilknyttet hvert emne. Oppgavene er gjenstand for drøftelser og diskusjon i plenum, i etterkant av kollokviearbeidet. Forelesningsformen forutsetter at studentene før hver forelesning har satt seg inn i pensumstoffet og rettsreglene for det aktuelle emnet. Det forutsettes at hjelpemidlene og særlig lovsamling medbringes til forelesningene, og at studentene blir fortrolige med dem gjennom studiet av de ulike emner. Deler av pensum må tilegnes på egen hånd (selvstudium).

Arbeidskrav

Det gis to obligatorisk innleveringsoppgaver i kurset. En oppgave innen markedsføring og salg og en oppgave innen jus.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i undervisning	66
Foreleserstyrt arbeid i kollokviegrupper	18
Forberedelse til undervisning	90
Selvstudium/lese litteratur	96
Arbeid med oppgaver / fagoppgave	130
Anbefalt tidsbruk totalt	400

Ressursbruk

Det totale timetall fordeles med 33 timer til markedsførings - og salgsdelen og 33 timer til

forelesninger i jusdelen av kurset, samt 9 foreleserstyrte kollokvietimer i hver av de to delene.

66 timer - Forelesninger

18 timer - Foreleserstyrt kollokviearbeid med oppgaveløsning / seminar fordelt på de enkelte emner

6 timer - Tilbakemelding til studentene på innleveringsoppgaver

90 timer totalt

Arbeidskrav

Det gis to obligatorisk innleveringsoppgaver i kurset. En oppgave innen markedsføring og salg og en oppgave innen jus. Oppgavene vurderes av foreleser eller annen fagperson.

Det er en forutsetning for å kunne avlegge eksamen at de to innleveringsoppgavene er besvart og godkjent.

Eksamen

Studentene evalueres med en fagoppgave knyttet til eiendomsmeglerbransjen med bakgrunn i pensumlitteraturen. Oppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter.

Oppgaven skal løses på en uke.

Eksamenskode(r)

EMS 36841 Fagoppgave som teller 100 % av karakteren i EMS 3684 Markedsføring og salg av eiendom, 15 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester. Dette slik at de studenter som ikke får bestått på fagoppgaven eller som ønsker å forbedre karakteren, kan ta kontinuasjonseksamen ved neste eksamensarrangement.

Studenter som derimot ikke får godkjent innleveringsoppgavene, har ikke oppfylt arbeidskravet i kurset og får ikke ta eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset/arbeidskravet på nytt ved senere ordinære gjennomføring.

Tilleggsinformasjon