



EMS 3684 Markedsføring og salg av eiendom

Studium

Bachelorstudiet i eiendomsmegling (3. år)

Kursansvarlig

Paul H Fjeldheim, Gorm Kunøe

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. 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 eiendomshandler.

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 skal 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:

Alm, Kristian. 2012. Yrkesetikk : utfordringer for næringsliv og finans. Universitetsforlaget
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. 2012. Kunsten å selge : etablere, beholde og utvikle salgsrelasjoner. 5. utg. Cappelen Damm akademisk
Bråthen, Tore og Margrethe Røse Soll, red. 2011. Lærebok i praktisk eiendomsmegling. Del 1. Rev. utg. Norges

eiendomsmeglerforbund. Side 102 - 136

Bråthen, Tore. 2013. Eiendomsmeglingsloven : lov av 29. juni 2007 nr. 73 om eiendomsmegling : kommentarutgave. Universitetsforlaget. Kapittel 6.

Cialdini, Robert B. 2011. Påvirkning : teori og praksis. 2. utg. Abstrakt forlag. (norsk utgave)

Lunde, Tore, Ingvild Mestad og Terje Lundby Michaelsen. 2015. Markedsføringsloven : med kommentarer. 2. utg. Gyldendal juridisk

Norges Eiendomsmeglerforbund. Norges Eiendomsmeglerforbunds håndbok. Siste utg. Norges Eiendomsmeglerforbund

Rosén, Karl og Dag Henden Torsteinsen. 2008. Eiendomsmegling : rettslige spørsmål. 2. utg. Gyldendal akademisk. Side 219 - 325

Anbefalt litteratur

Bøker:

Christoffersen, Svein Aage, red. 2011. Profesjonsetikk : om etiske perspektiver i arbeidet med mennesker. 2. utg. Universitetsforlaget

Johnston, Mark W and Greg W. Marshall. 2013. Sales force management. 11th ed. Routledge

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2013. Services marketing : integrating customer focus across the firm. 6th ed. McGraw-Hill/Irwin

Annet:

Kunøe, Gorm. 2014. Kompendium til markedsføring og salg av eiendomsmegler tjenester. 3. utgave. 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 prospekt og annonser.

2. Salgs- og markedsføringsrelaterte emner

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

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i 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 kan 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).

Studentene vil få anledning til å levere inn et skriftlig arbeid både innen jus og markedsføring for retting og tilbakemelding.

Anbefalt tidsbruk:

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 foreleserstyrt 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 (frivillige oppgaver), 3 timer til markedsføringsinnleveringen og 3 timer til jus-innleveringen.

90 timer totalt

Retting og tilbakemelding skal skje sentralt, og det er satt av 6 timer i hver kursgjennomføring til dette formålet. Ved gjennomføring ved fire studiesteder gir dette 24 timer. Grunnet stort antall studenter kan dette bli for lite og retting utover dette dekkes av instuttet

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.

Tilleggsinformasjon