



MRK 3501 Profesjonelt salg og forhandlinger

Studium

Bachelorstudiet i markedsføringsledelse (2. år)

Kursansvarlig

Morten H Abrahamsen

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Selgeren er en sentral konkurransefaktor for bedriften. Selgerne skal i praksis realisere bedriftens mål og strategier. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon og forhandlingsferdigheter som aktive virkemidler for å få til en ønsket atferdsendring hos en kunde eller en leverandør. Salg er "å være/ikke være" for alle bedrifter, og ethvert salg på bedriftsmarkedet bærer større eller mindre preg av forhandlinger. Kurset i profesjonelt salg og forhandlingsteknikk kombinerer således to viktige kompetanseområder for alle som skal fungere i salg – og markedsfunksjonen i en bedrift, og utvikle seg som profesjonelle selgere. Å knytte relasjoner er en vesentlig suksessfaktor innen industrielt salg og forhandlinger. Relasjonsutvikling og effektivitet er derfor en "rød tråd" gjennom kurset. **Målet** med kurset er å bringe deltakerne på et kunnskapsmessig nivå som setter dem i stand til å planlegge og gjennomføre profesjonelle salg og tilhørende forhandlinger på bedriftsmarkedet. I salgsbegrepet inngår personlig kommunikasjon som aktivt virkemiddel for å få påvirket en eksisterende eller en kommende kunde i ønsket retning.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Etter gjennomført kurs skal studentene ha tilegnet seg kunnskaper om hva det betyr i praksis å selge profesjonelt og forhandle med kunder, samt kunnskaper som skal sette dem i stand til å fungere som B2B-selgere og forhandlere. Studenten bør ha:

- En grunnforståelse for den profesjonelle selgers rolle
- God forståelse for effektivitet i salg
- Kunnskap om ulike typer organisering av salg
- Kunnskap om sentrale temaer og problemstillinger, knyttet til forberedelse, organisering, gjennomføring og -oppfølging av forhandlinger

Ferdighetsmål

Studentene skal være i stand til å kontakte mulige kunder og gjennomføre en salgs – og forhandlingsprosess.

Være i stand til å utarbeide en salgsplan som fyller de av salgsledelsen oppsatte aktivitetsmål, gjennomføre planlegging av kundeforholdet over tid og forhandle frem de forventede løsninger.

1. Kunne lage en god salgs – og forhandlingsplan.
2. Kunne gjennomføre et salg og en forhandling.
3. Utvikle grunnlaget til å takle forskjellige typer salgs – og forhandlingssituasjoner

Holdningsmål

Gjennom kurset skal studenten utvikle en profesjonell, kritisk og konstruktiv holdning til kompetanseområdene salg og forhandlinger. De skal være i stand til å reflektere rundt juridiske og etiske grenser for salgs- og forhandlingsteknikker. Gjennom kurset utvikle god forståelse for den etiske side av salg og forhandlinger.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper i dette kurset.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Kunøe, Gorm. 2014. Topplinje : om effektivitet i profesjonelt salg. ScanForum
Rognes, Jørn Kjell. 2015. Forhandlinger. 4. utg. Universitetsforlaget

Artikkelsamling:

Gorm Kunøe. 2015. Artikkelsamling til Profesjonelt salg og forhandlinger. Artiklene kan lastes ned fra bibliotekets hjemmeside..

- Geiger, Susi og Guenzi, Paolo (2009) "The Sales function in the twenty-first century: where are we and where do we go from here?" European Journal of Marketing. 2009. Vol. 43
- Hansen and Riggle (2009) "Ethical salesperson behaviour in sales relationships," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXIX, no. 2
- Ahearne, Rapp, Mariadoss and Ganesan (2012) "Challenges of CRM implementation in B2B markets: A contingency perspective," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXXII, no. 1
- Marshall, Moncrief, Ruud and Lee (2012) "Revolution in Sales\ The impact of social media and related technology on the selling environment," Journal of Personal Selling & Sales Management, vol. XXXII
- Frank Q. Fu, Richards, Keith A. og Jones, Eli (2009) "The Motivation Hub: Effects of Goal Setting and Self-Efficacy on Effort and New products Sales", Journal of Personal Selling & Sales Management, Vol. XXIV, no.3 (Summer 2009)

Anbefalt litteratur

Bøker:

Manning, Gerald L., Barry, L. Reece, Michael Ahearne. 2014. Selling today : partnering to create value. 12th ed., New international ed. Pearson

Petersen, Eirik. 2009. Nå dine salgsmål! : grunnleggende salgsteknikk for alle som jobber med kunder. Universitetsforlaget

Emneoversikt

1. Introduksjon til salg på bedriftsmarkedet (B2B)
2. Selger i B2B
 - a) Personlige utviklingsprosesser
 - b) Det interne samarbeid
3. Salgets prosesser
4. Salgskommunikasjon
5. Salgets organisering
 - a) Selvledelse
6. Account management og key account management
7. Salgsplanlegging
8. Relasjonsutvikling og CRM
9. Introduksjon til forhandlinger
10. Forhandlingsformer
11. Forhandlingsplanlegging
12. Kommunikasjon i forhandlinger
13. Profesjonelt salg og forhandlinger

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset, men studentene vil få demonstrert typiske IT-baserte CRM-systemer.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over 42 kurstimer med forelesninger, gruppearbeid og veiledningsseminar i anvendelse av et CRM-system.

Det er en innleveringsoppgave i kurset (frivillig) knyttet til det vanlige gruppearbeid og anvendelse av CRM-system. Innleveringsoppgaven kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre (3) studenter, og innleveres via It's learning. Frist for innlevering blir opplyst ved kursstart, det gis skriftlig tilbakemelding på innleveringen.

Anbefalt tidsbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesning	42
Forberedelse og etterarbeid til forelesninger	75
Presentasjon av CRM system og opplegg til CRM-case	9
Frivillig innlevering av CRM-case	8
Eksamen (fagoppgave)	66
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Gjennomføring ved nett- eller kveldsstudier

I kursets gjennomføring som nettstudium eller kveldsstudium vil foreleser, i samarbeid med studieadministrasjonen for nett- og kveldsstudier, organisere en hensiktsmessig kombinasjon av digital undervisning og forelesninger. Nettstudentene tilbys også en studieguide som skal bidra til progresjon og oversikt. Total anbefalt tidsforbruk for gjennomføring av kurset gjelder også her.

Ressursbruk

33 timer - Forelesninger m/ dialog og mindre gruppeoppgaver

9 timer - presentasjonsseminarer i CRM (i ordinær undervisning)

3 timer - Vurdering av innlevering med skriftlig tilbakemelding - Sentralt koordinert

45 timer totalt

HOURS: 1. Classroom: 42 2. Local process: 0 3. Other: 3 Sum: 45

Eksamen

Kurset avsluttes med en fagoppgave over 4 uker, som kan løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter.

Eksamenskode(r)

MRK 35011 Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 3501, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester.

Tilleggsinformasjon