HÖGSKOLAN I GÄVLE

Sälj och affärsmannaskap B 7,5 hp

Sales and Business Management 7.5 cr

Fastställd av Akademin för utbildning och ekonomi

Version

Beslutad den	**Gäller fr.o.m.**
2013-02-11	**VT2013**

Fördjupning	G1F
Utbildningsnivå	Grundnivå
Kurskod	FEG241
Högskolepoäng	7,5 hp
Huvudområde	Företagsekonomi
Ämnesgrupp	Företagsekonomi
Utbildningsområde	Tekniska området 50.0 % Samhällsvetenskapliga området 50.0 %

Mål

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse
- redogöra för teorier och modeller som beskriver säljprocessen i ett övergripande företagsekonomiskt sammanhang
- redogöra för hur man som säljare kommunicerar, inger förtroende och bygger upp etiska och långsiktigt hållbara affärsrelationer
- på en grundläggande nivå redogöra för intervjumetodikens centrala val

Färdighet och förmåga
- med egna ord förklara och analysera säljprocessens och säljsamtalets olika delar i syfte att identifiera de faktorer som påverkar det slutliga säljresultatet
- praktiskt tillämpa tekniker om hur man som säljare kommunicerar, inger förtroende och bygger upp etiska och långsiktigt hållbara affärsrelationer.
- i grupp planera, genomföra, skriftligt dokumentera och muntligt presentera ett projektarbete baserat på intervjumetodik.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Plagiat är en form av fusk som innebär att du imiterar eller kopierar någon annans arbete, till exempel en text, en bild eller en tabell, och framställer materialet som ditt eget eller utan att ange referens. Även självplagiat anses som fusk, det vill säga att använda sig av egna tidigare inlämnade eller publicerade arbeten utan att referera till detta.

- självständigt utifrån olika perspektiv reflektera kring sig själv som individ och sig själv som affärsman/affärskvinna
- självständigt reflektera över säljarens ansvar för etik och hållbara relationer
- resonera analytiskt och tänka kritiskt vid bedömning av teori och praktik inom kursens ämnesområde.

Kursens innehåll

Kursens första del sätter in säljprocessen i ett övergripande företagsekonomiskt sammanhang och pekar på säljfunktionen som en central del i företagets marknadsföringsarbete.

Kursens andra del handlar om hur individens attityd och inställning till sig själv, sin profession och relation till andra människor påverkar det önskade säljresultatet. Förtroendeskapande åtgärder, grundläggande etiska värderingar, relationsbyggande försäljning och kundnytta belyses. Nyckelord är intention, motivation och kommunikation.

Kursens tredje del fokuserar olika säljtekniker och behovet av anpassad kommunikation. Det egna beteendets och förhållningssättets påverkan på kunden belyses liksom verktyg för att genomföra ett effektivt säljsamtal. Praktisk träning genom fiktiva kommunikations- och säljövningar ingår i denna del.

Undervisning

Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, tillämpningsövningar och handledning.

Förkunskaper

Marknadsföring A, 7,5 högskolepoäng.

Examinationsform

Tentamen, skriftliga inlämningsuppgifter samt examinerande seminarier

Betyg

A, B, C, D, E, Fx, F

Hållbar utveckling

Kursen har inslag av hållbar utveckling.

Moment

0030	PM	1,5 hp	Betyg: UG
0040	Närvaro	1,5 hp	Betyg: UG
0050	Tentamen	4,5 hp	Betyg: AF

Plagiat är en form av fusk som innebär att du imiterar eller kopierar någon annans arbete, till exempel en text, en bild eller en tabell, och framställer materialet som ditt eget eller utan att ange referens. Även självplagiat anses som fusk, det vill säga att använda sig av egna tidigare inlämnade eller publicerade arbeten utan att referera till detta.