



# HÖGSKOLAN I GÄVLE

## Sälj och affärsmannaskap B 7,5 hp

*Sales and Business Management 7.5 cr*

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

### Version

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

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>Fördjupning</b>       | G1F   |
| <b>Utbildningsnivå</b>   | Grundnivå   |
| <b>Kurskod</b>           | FEG241  |
| <b>Högskolepoäng</b>     | 7,5 hp  |
| <b>Huvudområde</b>       | Företagsekonomi   |
| <b>Ämnesgrupp</b>        | Företagsekonomi   |
| <b>Utbildningsområde</b> | Tekniska området 50.0 %<br>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

- 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.

|                           |   |          |        |           |
|---------------------------|---|----------|--------|-----------|
| <b>Kursens innehåll</b>   | 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.   |          |        |           |
| <b>Undervisning</b>       | Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier, tillämpningsövningar och handledning.  |          |        |           |
| <b>Förkunskaper</b>       | Marknadsföring A, 7,5 högskolepoäng.  |          |        |           |
| <b>Examinationsform</b>   | Tentamen, skriftliga inlämningsuppgifter samt examinerande seminarier   |          |        |           |
| <b>Betyg</b>              | A, B, C, D, E, Fx, F  |          |        |           |
| <b>Hållbar utveckling</b> | Kursen har inslag av hållbar utveckling.  |          |        |           |
| <b>Moment</b>             | 0030  | PM       | 1,5 hp | Betyg: UG |
|                           | 0040  | Närvaro  | 1,5 hp | Betyg: UG |
|                           | 0050  | Tentamen | 4,5 hp | Betyg: AF |