



# HÖGSKOLAN I GÄVLE

## Sälj och affärsmannaskap C 7,5 hp

*Sales and Business Management C 7.5 cr*

Fastställd av Akademien för utbildning och ekonomi

### Version

Beslutad den	Gäller fr.o.m.
2013-02-11	<a href="#">HT2013</a>
2016-08-25	<b>HT2016</b>

<b>Fördjupning</b>	G1F
<b>Utbildningsnivå</b>	Grundnivå
<b>Kurskod</b>	FEG342
<b>Högskolepoäng</b>	7,5 hp
<b>Huvudområde</b>	Företagsekonomi
<b>Ämnesgrupp</b>	Företagsekonomi
<b>Utbildningsområde</b>	Samhällsvetenskapliga området 100.0 %

### Mål

Efter genomförd kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse:

- identifiera modeller och teorier för att redogöra för affärs- och förhandlingsprocessens roll i ett integrerat värdeskapande i en organisation

- förklara de teoretiska idémässiga grunderna för olika perspektiv på affärs- och förhandlingsprocessen och dess roll i en organisation

- relatera affärs- och förhandlingsprocessen till sociala och organisatoriska sammanhang och redogöra för de utmaningar som finns vid hanteringen av större affärsprojekt

Färdigheter och förmåga

- diskutera affärs- och förhandlingsprocessen i ett kritiskt perspektiv och förklara drivkrafterna bakom olika perspektiv

-identifiera metodmässiga och vetenskapsfilosofiska ställningstaganden inom kursens ämnesområde

- muntligt och skriftligt presentera och kontrastera teori mot praktik och identifiera de situationsbetingade faktorer som styr perspektivvalen i teorin

-muntligt och skriftligt använda och tillämpa teoretiska modeller för att praktiskt hantera komplexa affärsprocesser

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- ur olika perspektiv jämföra och värdera olika säljmodellers användningsområde

- ur ekonomiska och etiska perspektiv ta ställning till och kritisera de modeller som presenteras under kursen

<b>Kursens innehåll</b>	Kursens syfte är att ge konceptuella verktyg och praktiska färdigheter för att deltagarna skall kunna initiera, driva och leda en affärs- och förhandlingsprocess och förstå en sådan process olika komponenter. Kursen breddar också perspektivet och sätter in affärs- och förhandlingsprocessen i ett bredare socialt och organisatoriskt sammanhang. Genom detta arbetssätt ges en förståelse för de faktorer som påverkar sälj- och hur affärsprocesser och hur de som helhet hanteras i en organisation. Kursen innehåller också moment där studenten tränas i att läsa och skriva vetenskapliga texter.		
<b>Undervisning</b>	Undervisningen sker i form av föreläsningar, seminarier och praktiska övningar		
<b>Förkunskaper</b>	Marknadsföring B, 7,5 hp eller Marknadsföring - Sälj och affärsmannaskap 1, 7,5 hp		
<b>Examinationsform</b>	Tentamen, skriftliga inlämningsuppgifter samt examinerande seminarier		
<b>Betyg</b>	A, B, C, D, E, Fx, F		
<b>Övriga föreskrifter</b>	Revidering enligt akademichefsbeslut: HIG-STYR 2016/8		
<b>Hållbar utveckling</b>	Kursen har inslag av hållbar utveckling.		
<b>Moment</b>	0010 Sammanvägd examination	7,5 hp	Betyg: AF