



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE600 Affärsmannaskap med praktisk försäljningsteknik, 7,5  
högskolepoäng

Businessmanship and Sales Techniques in Practice, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd 2009-05-05

Senast reviderad 2013-05-28 av Ekonomihögskolan. Litteraturrevidering

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2014

### Förkunskaper

Företagsekonomi 1-30 hp eller motsvarande

### Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva och tillämpa övergripande strategier inom området affärsmannaskap
- praktiskt hantera och kommunicera operativa moment i processen att planera, genomföra och följa upp försäljningsaktiviteter
- förstå skillnaderna i teknik mellan försäljning av varor och tjänster
- övergripande kunna redogöra för skillnader i försäljningsprocessen inom B2C kontra B2B
- planera och genomföra enklare affärsförhandlingar
- förstå grundläggande affärsetik

### Innehåll

- affärsmannaskap
- övergripande affärsmannaskap
- affärsetik
- affärskulturer
- samspelet marknadsföring och försäljning
- försäljningsprocessen inom B2C, B2B samt varor, tjänster eller kombinationer av dessa

- utveckla och bygga affärs- och kundrelationer
- organisera affärsmannaskap
- försäljningsteknik
- övergripande försäljningsteknik
- sälj- och kontakthinder
- personlig försäljning
- säljbesöket
- operativ och taktisk förhandlingsteknik
- eftermarknad
- praktiska sälj- och förhandlingsspel och övningsmoment

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Deltagandet i och förberedelserna inför vissa, i kursinformationen angivna, seminarier är obligatoriskt.

## Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd. Examinationen sker genom skriftliga och muntliga uppgifter. Ett aktivt deltagande under seminarier och resultatet av skriftliga rapporter utgör tillsammans med examinationsuppgifterna grunden för betyg.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 2011/160”.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

## Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Storbacka, K. och Lehtinen, J R. *CRM Customer Relationship Management*, Malmö, Liber. 209 s. Senaste upplagan.

Thorborg, S. *Försäljning och säljledning*, Malmö, Liber. 378 s. Senaste upplagan.

### **Referenslitteratur**

Algotsson, M. och Klaveskjöld, P. *Säljare i världsklass med Mental Träning*, Malmö, Liber. 144 s. Senaste upplagan.

Fisher, R., Ury, W., Patton, B. *Vägen till Ja: En nyckel till framgångsrika förhandlingar*. Malmö: Liber. 176 s. Senaste upplagan.

Gummesson, E. *Relationsmarknadsföring: Från 4P till 30R*, Malmö, Liber. 383 s. Senaste upplagan.

Haig, M. *Att sänka ett varumärke*, Malmö, Liber. 197 s. Senaste upplagan.

Haig, M. *Att lyfta ett varumärke*, Malmö, Liber, 188 s. Senaste upplagan.

Kotler, P., och Armstrong, G., Parment, A.(2011) *Principles of Marketing – Swedish edition*. Essex, Pearson Education Limited 495 s. ISBN 978-0-273-73596-0

Laurelli, R. *Försäljning och affärer*, Uppsala, Konsultförlaget, 131 s. Senaste upplagan.

Lewis, R D. *När kulturer krockar*, Falun, Svenska Förlaget, 317 s. Senaste upplagan.

McCormack, M. *Om Försäljning*, Borgå, Schibsted Förlagen SVF, 175 s. Senaste upplagan.

Nelson-Bülow, H. *Från förhandling till avtal: Strategi, taktik och juridik*, Lund, Studentlitteratur. 181 s. Senaste upplagan.

Rackham, N. *Personlig försäljning: Komplex försäljning, från tro till vetande*, Malmö, Liber. 212 s. Senaste upplagan.

Söderlund, M. *Den nöjda kunden*, Malmö, Liber, 208 s. Senaste upplagan.

Unt, I. *Förhandla med framgång*, Lund, Studentlitteratur, 174 s. Senaste upplagan.

Wanger, P. *Kundpsykologi*, Lund, Studentlitteratur, 270 s. Senaste upplagan.

### **Övriga läromedel**

Artiklar av redaktionell och vetenskaplig karaktär. ca 200 s.