



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

2FE120 Avancerad teknisk försäljning, 30 högskolepoäng
Advanced Technical sales, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2F

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2010-09-13

Senast reviderad 2011-03-04

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-60hp varav minst 7,5hp inom marknadsföring.

Förväntade studieresultat

Delkurs 1 Teknisk försäljning, 15 högskolepoäng

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna

- utforma en plan för ett försäljningsrelaterat projekt
- redogöra för kritiska aspekter avseende ledning av försäljningsorienterade projekt
- redogöra för centrala mått och mätetal i försäljningsarbete
- beräkna, kvantifiera reella kundvärden som grund eller stöd för prissättningsbeslut
- konstruera en formell offert, ett formellt affärsförslag och i presentationsform kunna argumentera för detsamma
- konstruera en plan inklusive mål för ett företags medverkan på en fackmessa

Delkurs 2 Produktion och produktionssystem, 7,5 högskolepoäng

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna

- beskriva alternativa produktionssystem och redogöra för konsekvenser dessa system innebär för affärsverksamheten och utveckling av nya eller kundanpassade produkter.
- redogöra för huvudsakliga delar i en produktionsstrategi
- redogöra för centrala nyckeltal i produktion
- förklara för- och nackdelar med outsourcing av produktion

- beskriva aktuella trender och tendenser i industriell produktion och förklara drivkrafter bakom dessa trender och tendenser.

Delkurs 3 Affärssystem, 7,5 högskolepoäng

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna

- beskriva vanligt förekommande delelement i affärssystem
- beskriva syfte och tillämpningar med affärssystem i relation till försäljningsarbetet
- förklara hur ett affärssystem kan stötta arbetet med att utveckla nya affärer
- utforma en kravställning på ett CRM-system
- praktiskt tillämpa arbete i ett CRM-system

Innehåll

Kursen innehåller följande delkurser:

Delkurs 1 Teknisk försäljning 15 högskolepoäng

- värdebaserad prissättning: livscykelkostnad och beräkning av livscykelvinst; LCC, LCP
- projektledning i tvärfunktionella team
- planering och organisering av försäljningsaktiviteter
- att mäta försäljning och effektivitet i försäljning
- att hantera CRM i dagliga försäljningsaktiviteter
- att skriva formella affärsförslag/offferter; struktur och innehåll
- Retorik, tekniker för att presentera och argumentera för olika lösningars värde.
- att arbeta med mässor för att skapa kundämnen
- strategi, taktik och praktik i affärsavslut, förhandlingar

Delkurs 2 Produktion och produktionssystem 7,5 högskolepoäng

- produktionssystem: struktur och livsycelperspektiv
- från ideer och affärskoncept till produktion
- produktionsstrategi
- utvärdering och utveckling av produktionssystem
- produktion och utveckling av nya produkter
- effektivitet och produktivitet
- outsourcing production
- trender och tendenser i produktion

Delkurs 3 Affärssystem 7,5 högskolepoäng

- affärssystem: Enterprise Systems (ES) och Enterprise Resource Planning Systems (ERP)
- affärssystemens struktur och moduler
- översikt av vanliga affärssystem
- affärsutveckling med stöd av affärssystem
- SCM (supply chain management) och affärssystem
- CRM (customer relations management) och affärssystem
- affärssystem och elektronisk handel

Undervisningsformer

Föreläsningar, litteraturstudier, projektarbete med partnerföretag samt case/praktikfall.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Bedömning av de studerandes prestationer sker i form av individuella skriftliga tentamina, skriftliga och muntliga presentationer av projektarbetsuppgifter samt skriftliga rapporter från studiebesök.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

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 institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling

Kurslitteratur och övriga läromedel

Litteraturförteckning Delkurs 1 - Teknisk försäljning 15 hp

Cheverton, P., Key Account Management – Tools and Techniques for achieving profitable key supplier status, 4th ed., MPG Books, Bodmin, 2008, ISBN 978 0 7494 5277 3, (374 sid)

Darr, A., Selling Technology: The Changing Shape of Sales in an Information Economy, Cornell University, Ithaca, 2006, ISBN 978-0-8014-4431-9, (138 sid)

Artiklar (400 sid)

Litteraturförteckning Delkurs 2 - Produktion och produktionssystem 7,5 hp

Bellgran, M., Säfsten, K. Production Development - Design and Operation of Production Systems, Springer 2010, ISBN: 978-1-84882-494-2, (340 sid)

Artiklar (200 sid.)

Litteraturförteckning Delkurs 3 - Affärssystem 7,5 hp

Perkins W. C. and Thompson J., Enterprise Systems for Management, Prentice Hall, 2009, ISBN-13: 9780132335317, (352 sid)

Artiklar (200 sid)