



Säljledning för event Sales management of event

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 21SL1B

Version: 5.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-04-12

Gäller från: VT 2018

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F), Upplevelseproduktion (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarade kurser Entreprenörskap och försäljning 7,5 högskolepoäng och Professionell försäljning 7,5 högskolepoäng.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen fokuserar på betydelse av säljledning för företag och på hur olika ledarskaps- och förändringsmodeller kan användas vid utveckling av strategier och planer för säljledningsarbete.

Mål

Efter avklarad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1 redogöra för grundläggande teorier inom säljledning,
- 1.2 redogöra för vilka användningsområden som finns för säljledning i organisationer,
- 1.3 förklara hur ledning och ledare kan verka i olika sälj- och säljledningssituationer för att påverka möjligheterna till försäljning på kort och lång sikt,

Färdighet och förmåga

- 2.1 planera, strategiskt utveckla och organisera säljarbete i en befintlig organisation,
- 2.2 söka vetenskaplig litteratur utifrån en definierad frågeställning samt

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 bedöma och värdera nyttan av olika ledarskaps- och förändringsmodeller i organisationers utveckling av strategier och planer för säljledningsarbete.

Undervisningsformer

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier, handledning av grupparbete och workshops. Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Rapport 1: genomförs i grupp, skriftlig inlämning samt presentation och diskussion på ett seminarium

Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3, 2.2 och 3.1

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: U/G

Vid underkänt eller frånvaro får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

Rapport 2: genomförs i grupp, skriftlig inlämning samt presentation och diskussion på ett seminarium

Lärandemål: 1.3, 2.1, 2.2 och 3.1

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: U/G

Vid underkänt eller frånvaro får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

Tentamen: individuell skriftlig tentamen

Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3 och 3.1

Högskolepoäng: 4,5

Betygsskala: U/G/VG

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på tentamen och de två rapporterna. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom Väl Godkänd på tentamen.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Kurslitteraturen är i huvudsak på svenska och engelska men kurslitteratur på norska och/eller danska kan förekomma.

Sahlgren, A. & Skog, E. (senaste upplagan). *Säljorganisationen: ledning och styrning*. Lund: Studentlitteratur.

Thorborg, S. (senaste upplagan). *Försäljning och säljledning*. Stockholm: Liber.

Åge, L-J. & Holmgren, P-E. (senaste upplagan). *Konsten att göra affärer*. Stockholm: Liber.

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informeras om via lärplattformen (max 100 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ingår i Event Managementutbildningen.