HÖGSKOLAN I BORÅS

Försäljningsledning
Sales Management
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: SFL012
Version: 1.0
Fastställd av: Institutionsstyrelsen 2007-06-07
Gäller från: VT 2008

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet samt Grundläggande marknadsföring 7,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

- Introduktion till personlig försäljning och sales management
- Försäljningsplanering, organisation, prognos och budget
- Kundanskaffning och kundvård
- Säljorganisationen och dess utveckling
- Organisation av säljstyrkan, rekrytering och träning av säljstyrkan
- Ledarskap och motivation av säljstyrkan
- Avlöning, utvärdering och kontroll av säljstyrkans arbete
- Etik och socialt ansvar

Mål
Efter genomgången kurs ska studenten
- identifiera och beskriva de delar av marknadsföringen som är viktiga för en säljledare
- förstå vilka kompetenser en bra säljledare bör ha
- göra enklare kvantitativa och kvalitativa säljprognoser
- redogöra för och beskriva vägar för att nå nya kunder och för att sköta om befintliga kundrelationer samt identifiera förhållanden som gör en kund till ”strategiskt viktigt” för företaget
- göra val avseende vilken typ av säljmodeller som är lämpliga att använda i en viss specifik situation
- välja en lämplig organisationsform för ett företags säljstyrka
- ha insikter om viktiga grunder för rekrytering och val av framtida säljare
- redogöra för olika typer av ledarskap, inklusive etiskt ledarskap, samt för motivering av säljstyrkan
- ha förmåga att välja bland olika vägar för avlöning av olika typer av säljare, samt ha kunskaper om metoder för utvärdering av säljarnas prestationer

Undervisningsformer
Föreläsningar, grupparbeten och seminarier. Under föreläsningar går vi genom tillhörande teori med dess praktiska kopplingar. Under grupparbeten och obligatoriska seminariearbeten arbetar studenter med egna praktiska lösningar på problem, kopplade till kursens teori. Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma. Kurslitteraturen är på engelska.

Examinationsformer

Examination sker genom seminarieuppgifter, samt genom skriftlig tentamen. För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt resultat på seminarieuppgifter och godkänt betyg på tentamen. För betyget Väl Godkänd på hel kurs krävs dessutom väl godkänt betyg på tentamen. Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Dalrymple, D J, Cron, W L och DeCarlo, T E, (2004), *Sales Management* (8th edition), John Wiley & Sons, Ltd, USA.

Kotler, P, Armstrong, G, Saunders, J och Wong, V, (2005), *Principles of Marketing European Edition,* (spec. kapitel 19, del Personal Selling, samt repetition av delar av marknadsföringsteori som har relevans för en säljchef), Pearson/ Prentice Hall.

Föreläsningsmaterial tillkommer.

För all litteratur på kursen gäller senaste upplagan.

Studentinflytande och utvärdering

Den formella utvärderingen sker genom enkät vid kursens slut. Utöver enkäten uppmanas studenterna till att löpande under hela kursen ge sina synpunkter på kursen och dess genomförande. Utvärderingen sammanställs och offentliggörs i enlighet med institutionens bestämmelser och kommer att ligga till grund för framtida kursplanering.

Övrigt

Kurser ingår i Civilekonom- och Dataekonomutbildningen samt ges som fristående kurs. Kursen ersätter kursen Sales Management (SSMB01).