HÖGSKOLAN I BORÅS

Säljteknik och butikskommunikation
Salesmanship and concept communication

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 51SB01
Version: 2.0
Fastställd av: Utbildningsutskottet 2013-10-23
Gäller från: HT 2013

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Godkänd i kurserna Grundläggande affärsmannaskap 7.5 hp och Grundläggande företagsekonomi 7.5 hp.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursens struktur utgår från följande teman:

- grunderna i säljteknik och butikschefens roll i säljarbetet
- butiken som marknadsföringskanal
- grunder i butikskommunikation och visual merchandizing
- sortiment och exponering
- lokalisering
- kundens beslutsfattande i butik
- butiksatmosfärens betydelse

Mål

Efter kursen skall studenten kunna:
A. Kunskap och förståelse:

- beskriva och diskutera butikens roll i företagets marknadsföring samt hur personalen och butiken kan påverka försäljningen
- förklara hur konsumenter påverkas vid personlig försäljning och av olika säljhjälpmedel i butik
- tillämpa modeller och metoder inom säljteknik och butikskommunikation i butik
- beskriva, analysera och diskutera de samband som leder till en butiks lönsamhet

B. Färdighet och förmåga:

- tillämpa teoretiskt grundad kunskap för att analysera och utveckla lösningar för problem kopplade till butik
- genomföra en strukturerad presentation
- kritiskt granska och bedöma rapporter

C. Värderingsförmåga och förhållningssätt:

- diskutera och bedöma litteratur inom fältet
- diskutera och bedöma etiska aspekter av butikskommunikation

Undervisningsformer

Undervisningen är baserad på föreläsningar, workshops och seminarier.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Tentamen 5.0 hp, betygskala: U/G/VG
- Inlämningsuppgift 2.0 hp, betygskala: U/G
- Aktivt deltagande, opposition och presentation 0.5 hp, betygskala: U/G

  För att få godkänt på kursen krävs godkänt på samtliga moment. För väl godkänt på hel kurs krävs väl godkänt på den individuella tentamen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Hernant, M. & Boström, M. (2010). *Lönsamhet i butik: samspelet mellan butikens marknadsföring, kundernas beteende och lokal konkurrens*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Nordfält, J. (2007). *Marknadsföring i butik: om forskning och branschkunskap i detaljhandeln*. Malmö: Liber.

Backman, J. (2008). *Rapporter och uppsatser*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Artiklar enligt anvisningar.

Studentinflytande och utvärdering

Studenternas synpunkter inhämtas systematiskt och regelbundet genom skriftlig kursvärdering efter avslutad kurs. En gång per termin utvärderar studentrepresentanter tillsammans med studierektor och utbildningsledare genomförda kurser.

I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärderingar och dokument utfärdade av institutionsstyrelse, studierektor och kursansvarig.

Övrigt