



Säljteknik och butikskommunikation Salesmanship and concept communication

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 51SB01

Version: 6.2

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-03-24

Gäller från: VT 2020

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Godkänd i kurserna Mode och den textila värdekedjan (7,5 hp), Grundläggande marknadsföring (7,5 hp) samt Redovisningens grunder och tekniker (7,5 hp) eller motsvarande.

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:

Kunskap och förståelse:

1.1 beskriva och diskutera butikens roll i företagets marknadsföring samt hur personalen och butiken kan påverka försäljningen,

1.2 förklara hur konsumenter påverkas vid personlig försäljning och av olika säljhjälpmiddel i butik,

1.3 tillämpa modeller och metoder inom säljteknik och butikskommunikation i butik,

1.4 beskriva, analysera och diskutera de samband som leder till en butiks lönsamhet,

Färdighet och förmåga:

2.1 tillämpa teoretiskt grundad kunskap för att analysera och utveckla lösningar för problem kopplade till butik,

2.2 genomföra en strukturerad presentation,

2.3 kritiskt granska och bedöma rapporter,

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

3.1 diskutera och bedöma litteratur inom fältet samt

3.2 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:

Tentament: Salstentamen

Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3 , 1.4, 2.1 och 3.1

Högskolepoäng: 5.0

Betygsskala: U/G/VG

Inlämningsuppgift: Skriftlig redovisning som författas i grupp

Lärandemål: 1.1, 1.4, 2.1, och 3.2

Högskolepoäng: 2.0

Betygsskala: U/G

Redovisning: Gruppvis muntlig redovisning av rapport och opposition på annan grupps rapport i samband med seminarium

Lärandemål: 2.2, 2.3 och 3.2

Högskolepoäng: 0.5

Betygsskala: U/G

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

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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., Ahlbom C-F (2018). *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

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 är i första hand en programkurs för Butikschefsutbildning med inriktning mot textil och mode.