



**EMNEBESKRIVELSE**  
**PÅS3100 Påvirkning og salg**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Semester	6.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene skal etter endt emne ha innsikt i de viktigste begrepene mht. påvirknings- og forhandlingsmekanismer og deres grunnleggende betydning for å forstå mekanismene i konsultativt salg.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene skal etter endt emne kunne bruke kommunikasjonsmekanismer til påvirkning i forhandling og salg.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studentene skal etter endt emne ha tilegnet seg en gjennomreflektert forståelse av salgsprosesser og de etiske grensegangene.</p>
7. Innhold	Emnet innledes med at vi gjennomgår det kognitive perspektiv på beslutningssituasjoner ved kjøp. Studentene får en grundig presentasjon av mekanismer som gjensidighet, konsistens, sosiale bevis, sosial aksept, autoritet, knapphet osv, som ut fra denne teorien påvirker beslutningstakeres rasjonalitet. Deretter går vi over til anvendelsen i salg og studentene får en overordnet innføring i varierende salgs situasjoner og en mer grundig innføring i elementene i konsultativt salg. Påvirkningspsykologi og teori om konsultativt salg settes så i sammenheng med praksis i forhandling og salg.
8. Gjennomføring	Undervisningen vil skifte mellom forelesninger, presentasjoner og øvelser. Tilbakemeldinger på presentasjoner fra studentene er et element i undervisningen. Verktøy og praktisk systematikk som har særlig relevans for konsultativt salg vil bli gjennomgått i undervisningen.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Den praktisk salgsrettede undervisningen gjennomføres av en Salgsdirektør fra et av de store IT-rådgivnings selskapene i Norge/Verden (ref litteraturvalg mht salgsteori).

10. Vurdering	Muntlig eksamen gruppe. Gruppe på 2-3 studenter skal forberede og gjennomføre en presentasjon på oppgitt emne. Vurderes til Bestått/Ikke bestått (B/IB) av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.  Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 100 % av helhetlig vurdering. Ingen hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Cialdini, Robert B. 2011. <i>Påvirkning: Teori og praksis</i> . Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279353089. Sider: 338. Pris: 397,-  Thomas, Julie. 2006. <i>Valueselling. Driving up sales one conversation at the time</i> . Santa Fe: VVA- publishing. ISBN: 9780976999409. Pris: ca 140,-
12. Anbefalt litteratur	Friedman, Walter A. 2005. <i>Birth of a salesman: The transformation of selling America</i> . London: Harvard University Press. ISBN: 0674012984.

---

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.