



EMNEBESKRIVELSE
PÅS3100 Påvirkning og salg
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling
2. Semester	6.semester (vår 2013)
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Førstelektor Patrick Verde
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap 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>Ferdigheter Studentene skal etter endt emne kunne bruke kommunikasjonsmekanismer til påvirkning i forhandling og salg.</p> <p>Generell kompetanse Studentene skal etter endt emne ha tilegnet seg en gjennomreflektert forståelse av salgsprosesser og de etiske grensegangene.</p>
7. Innhold	<p>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.</p> <p>Verktøy og praktisk systematikk som har særlig relevans for konsultativt salg vil bli gjennomgått i undervisningen.</p>
8. Gjennomføring	Undervisningen vil skifte mellom forelesninger, presentasjoner og øvelser. Tilbakemeldinger på presentasjoner fra studentene er et element i undervisningen.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Den praktisk salgsrettede undervisningen gjennomføres av en Salgsdirektør fra et av de store IT-rådgivnings selskapene i

Vedtatt i UUV-sak 174/12
Gjelder fra studieåret 2012-13

	Norge/Verden (ref litteraturvalg mht salgsteori).
10. Vurdering	Grupper på inntil tre studenter skal forberede og gjennomføre en presentasjon på oppgitt emne. Denne må vurderes til bestått for å få endelig karakter. En individuell skriftlig eksamen på tre timer som teller 100 % av karakteren i emnet. Hjelpemidler: Ikke tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	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: 978097699940. 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.

¹ Med forbehold om prisendringer.