

**EMNEBESKRIVELSE**  
**SAL3100 Salgsledelse**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring og salgsledelse
2. Semester	6. semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førstelektor Nils M. Høgevold
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Det sentrale målet med emnet er å forstå hvilke utfordringer en salgsleder må løse for å nå organisasjonens salgsmål. Emnet er således ikke et emne i salg, men et emne i å lede et salgsapparat og nå salgsmål gjennom andre. Målet er at studentene skal bli i stand til å organisere, lede og måle et salgsapparat.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene skal forstå hvordan man best rekrutterer, motiverer, trener og leder en salgsorganisasjon. Videre vil studentene få en innføring i å vurdere og kalkulere lønnsomheten av salgsaktiviteter.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studenten skal etter endt emne være bevisst på hvilken funksjon og rolle salgsledelse spiller i en bedrifts verdiskapning og kjenne hvilke virkemidler en salgsleder har til disposisjon for måloppnåelse.</p>
7. Innhold	<p>Emnet er delt i to deler.</p> <p>Del én starter med å introdusere hva salgsledelse er, deretter diskuteres mål og budsjetter, samt hvordan organisere et salgsapparat for å gjennomføre den valgte strategien. En salgsleder oppnår resultater gjennom sine selgere. Derfor er fokuset på ledelse av salgsapparatet, der viktige temaer er rekruttering, motivering, salgstrening, lønn, kompensasjon og insentiver. Vi skal arbeide med lønnsomhetsanalyse av salgsaktiviteter og med evaluering av salgsinnsats.</p> <p>Del to er en praktisk tilnærming til faget gjennom en simulering/case hvor studentene får en virkelighetsnær opplevelse av faget.</p> <p>Emnet har følgende temaer:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introduksjon til salgsledelse</li><li>• Salgsorganisering</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Salgsplan, salgsmål og budsjettering</li><li>• Ledelse av selgere</li><li>• Motivering av salgsstyrken</li><li>• Salgstrening og opplæring</li><li>• Rekruttering og ansettelse</li><li>• Lønn, kompensasjon og insentiver</li><li>• Evaluering av salgsprestasjoner</li></ul>
8. Gjennomføring	<p>Del en av emnet vil bestå av forelesninger, diskusjoner og ulike typer av gruppearbeid.</p> <p>Del to vil være gruppevis gjennomføring av case/simulering. Spillet/caset er bygget opp rundt teoretiske modeller benyttet i pensum og vil gi studentene innsikt i hvordan teoretisk modeller bidrar til gode praktiske beslutninger.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	
10. Vurdering	<p>Skriftlig individuell tre (3) timers eksamen. Den teller 60 % av helhetlig vurdering. Hjelpemidler tillatt: Kalkulator.</p> <p>Muntlig eksamen i grupper på 2-3 studenter. Den teller 40 % basert på en helhetlig vurdering av case/simulering. Alle hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>12</sup>	<p>Conlin, Bob. 2008. "Best Practices for Designing New Sales Compensation Plans". <i>Compensation &amp; Benefits Review</i>, 40 (2):50-56, 6 sider. [Tilgjengelig for studenter og ansatte på CK via bibliotekets databaser: <a href="http://cbr.sagepub.com/content/40/2/50">http://cbr.sagepub.com/content/40/2/50</a> ]</p> <p>Cook, Robert. 2013. <i>Sales Management Simulation</i>, Student's Manual (50 sider) Tilgang blir ordnet via emneansvarlig.</p> <p>Deeter-Schmelz, Dawn R., Daniel J. Goebel &amp; Karen N. Kennedy .2008. "What are the Characteristics of an Effective Sales Manager? An Exploratory Study Comparing Salesperson and Sales Manager Perspectives" <i>Journal of Personal Selling &amp; Sales Management</i>, 28(1): 7-20, 13 sider [Tilgjengelig for studenter og ansatte på CK via bibliotekets databaser: <a href="http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;db=bth&amp;AN=31134030&amp;site=eds-live">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;db=bth&amp;AN=31134030&amp;site=eds-live</a> ]</p>

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

<sup>2</sup> For tilgang til bibliotekets databaser off- campus, se It's Learning.

	<p>Johnston, Mark W., Greg W. Marshall og Gilbert A. Churchill. 2013. <i>Churchill/Ford/Walker's sales force management</i>. 11th ed., <i>McGraw-Hill/Irwin series in marketing</i>. Kapittel: 1, 4-13. London: Taylor&amp;Francis. ISBN: 9780415534628. 480 s. Pris: 578,-</p> <p>Kunøe, Gorm. 2005. "Salgsledelse – et konsept for forretningsutvikling" <i>Magma</i>, 8(1), Bergen: Fagbokforlaget 9 sider. [Tilgjengelig for studenter og ansatte på CK via bibliotekets databaser: <a href="http://www.magma.no/salgsledelse-et-konsept-for-forretningsutvikling">http://www.magma.no/salgsledelse-et-konsept-for-forretningsutvikling</a> ]</p>
12. Anbefalt litteratur	