



**EMNEBESKRIVELSE**  
**SRB1100 Salg og relasjonsbygging**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring
2. Semester	1. semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førstelektor Nils M. Høgevold
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studenten skal etter endt emne være i stand til</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ å planlegge, organisere og gjennomføre målrettet salgssinnsats i forskjellige kontekster og ut fra ulike kundebehov</li><li>○ å utarbeide og gjennomføre salgspresentasjoner</li><li>○ å se sammenhengen mellom kundenes beslutningsprosesser og salgets prosesser</li><li>○ å kjenne ulike salgsteknikker og hvordan disse kan skape framdrift i beslutningsprosesser</li><li>○ å forstå strategiprosessen rundt Customer Relationship Management (CRM), organisering av arbeidet og interne-systemer og prosesser for tilrettelegging for CRM</li><li>○ å kjenne viktige lovbestemmelser som gjelder for salg og markedsføring</li></ul> <p><b>Ferdigheter</b> Studenten skal etter endt emne være i stand til å foreta selvstendige, etiske vurderinger i salgsarbeidet og kunne kommunisere klart og tydelig både skriftlig og muntlig.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studenten skal etter endt emne være bevisst på hvilken rolle salg og relasjonsbygging spiller i bedriftens verdiskapning og hvordan salg og relasjonsledelse er en integrert del av bedriftens markedsføring.</p>
7. Innhold	<p>Viktige emner innenfor salg:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Historisk tilbakeblikk: Salgets betydning innenfor markedsføring</li><li>○ Ulike salgskontekster</li><li>○ Salgsprosessen B2C og B2B</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kundens kjøps- og beslutningsprosess</li> <li>○ Relasjonsbygging og kundeutvikling: Fra transaksjons- til relasjonsmarkedsføring</li> <li>○ Operativt salgsarbeid: Sentrale ferdigheter og egenskaper</li> </ul> <p>Viktige emner innenfor <u>CRM</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ CRM-prosessen</li> <li>○ Markedsføring som organisasjonskultur, strategi og taktikk</li> <li>○ CRM som organisasjonskultur, strategi og taktikk</li> <li>○ Implementering av CRM-systemer i organisasjoner</li> <li>○ Relasjonsmarkedsføring, CRM og 5P</li> <li>○ Tjenestekvalitet</li> <li>○ Kunders tilfredshet og lojalitet</li> <li>○ En-til-en markedskommunikasjon versus massemarkedsføring</li> </ul> <p>Viktige emner innenfor <u>etikk</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Forbrukerkjøpsloven</li> <li>○ Markedsføringsloven</li> <li>○ Etske holdninger i salg</li> </ul>
8. Gjennomføring	Gjennomføring av emnet vil bestå av forelesninger, ulike typer av gruppearbeid og studentøvelser.
9. Samfunns-/næringslivkontakt	Undervisningen legges opp med aktuelle cases og gjesteforelesere fra næringslivet.
10. Vurdering	<p>En hjemmeeksamen i gruppe (2-3 studenter) som teller 40 % av karakteren i emnet. Alle hjelpemidler tillatt.</p> <p>En skriftlig individuell eksamen på 3 timer som teller 60 % av karakteren i emnet. Ingen hjelpemidler tillatt.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<p>Adele Berndt and Madéle Tait (red.). 2012. <i>Relationship marketing and customer relationship management</i>. Lansdowne, South Africa: Juta. ISBN: 9780702186875. Sider: 226. Pris: ca 319,-</p> <p>Futrell, Charles. 2011. <i>Fundamentals of selling: Customers for life through service</i>. 12. utg. Boston: Irwin/McGraw Hill. ISBN: 9780071220804. Kap 1-13, Sider: 437, . Pris: ca 529,-</p>

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

	<p>Lov om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven). Lovdata: <a href="http://www.lovdata.no/all/hl-20020621-034.html">http://www.lovdata.no/all/hl-20020621-034.html</a> (lesedato: 23. januar 2013)</p> <p>Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven). Lovdata: <a href="http://www.lovdata.no/all/nl-20090109-002.html">http://www.lovdata.no/all/nl-20090109-002.html</a> (lesedato: 23. januar 2013)</p>
12. Anbefalt litteratur	<p>Payne, Adrian. 2006. <i>Handbook of CRM: Achieving excellence in customer management</i>. Amsterdam: Elsevier. ISBN: 9780750664370.</p> <p>Rackham, Neil. 1995. <i>SPIN-selling</i>. Aldershot: Gower. ISBN: 9780566076893.</p>