



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE677 Internationell försäljning i praktiken, 7,5 högskolepoäng
International sales in practice, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2011-09-30

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2012

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-30 hp samt Sales operations and techniques with an international perspective 7,5 hp.

Mål

After completing this course the student should be able to:

- acquire an understanding of relevant practical methods in international sales
- develop a comprehensive understanding of international business organizations and negotiations
- acquire more knowledge about practical business cases within sales
- develop a good understanding of operating as an international sales representative
- develop an understanding of how to analyze international sales activities and operations
- examine practical sales operations

Innehåll

- International sales in practice
- International sales growth paths
- Building and operating international businesses with strong sales focus
- International sales in different regions of the world
- Practical reflections to real business situations and cases

Undervisningsformer

The students are obligated to examine practical sales business cases in a project. They should be able to demonstrate a clear analysis and reflection by using the literature and other open data sources. They should present their result in a written report presented at a final seminar.

Apart from the project that is student-driven there will be lectures, seminars and tutoring of the student-projects.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Daniels, V.S. (latest ed.) International Sales, ISBN 13: 978-0-976-85223-0

Hansen, J. (latest ed.) Act Like a Sales Pro, Carrer Press, ISBN 13: 978-1-601-63167-1

Sugars, B.J. (latest ed.) Instant Sales, McGraw Hill Professional, ISBN 13: 978-0-071-46664-6

Additional teaching materials

Country Reports and other material from the Swedish Trade Council

Sales training materials distributed in class

Articles, case materials and other material distributed in class

Suggested Readings

Anderson, C. (latest ed.) Long Tail, ISBN 13: 978-91-0-011803-7

Godin, S. (latest ed.) All Marketers are Liars: The Power of Telling Authentic Stories in a low-trusted World, ISBN 10: 1-59184-100-3

Kim, W.C. & Mauborgne, R. (latest ed.) Blue Ocean Strategy

Scott, D.M. (latest ed.) The new Rules of Marketing and PR: How to use news releases, blogs, podcasting, viral marketing & online media to reach your buyers directly, John Wiley & Sons