



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE678 Internationell försäljning i praktiken, 7,5 högskolepoäng

1FE678 International Sales in Practice, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd 2015-04-15

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

### Förkunskaper

Företagsekonomi I, 30 hp eller minst 15 hp slutförda kurser från företagsekonomi I.

Engelska B/engelska 6, eller motsvarande.

## Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- tillämpa relevanta praktiska metoder inom internationell försäljning
- analysera internationella affärsorganisationer
- genomföra förhandlingar
- diskutera och reflektera över praktikfall inom internationell försäljning
- analysera internationella försäljningsaktiviteter och verksamheter
- undersöka praktisk försäljningsverksamhet

## Innehåll

Kursen innehåller:

- internationell försäljning i praktiken
- internationell försäljningstillväxt
- skapa och driva internationell affärsverksamhet med starkt säljfokus

- internationell försäljning i olika regioner i världen
- skarpa affärssituationer och praktikfall

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, workshops och handledning. Obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Kursen examineras genom en skriftlig rapport vilken presenteras vid ett slutseminarium.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker

## Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle. Kursvärderingen genomförs anonymt.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: 1FE677

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

Daniels, V.S. *International Sales*. Disc. Senaste upplagan. Cirka 100 sidor.

Hansen, J. *Act Like a Sales Pro*. Career Press. Senaste upplagan. Cirka 260 sidor.

Sugars, B.J. *Instant Sales*. McGraw Hill Professional. Senaste upplagan. Cirka 180 sidor.

Tillkommande studiematerial och litteratur väljs i samråd med handledare.

### Referenslitteratur

Anderson, C. *Long Tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion Books. Senaste upplagan. Cirka 270 sidor.

Godin, S. *All Marketers are Liars: The Power of Telling Authentic Stories in a low-*

*trusted World*. Portfolio. Senaste upplagan. Cirka 220 sidor.

Kim, W.C. & Mauborgne, R. *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press. Senaste upplagan. Cirka 290 sidor.

Scott, D.M. *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. Senaste upplagan. Cirka 290 sidor.