



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE679 Försäljning - verksamhet och teknik utifrån ett internationellt perspektiv, 7,5 högskolepoäng

Sales operations and techniques with an international perspective, 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

Mål

After completing this course the student should be able to:

- acquire an understanding of relevant concepts within international business and international sales
- develop a comprehensive grasp of international business activities and international sales strategies and operations
- acquire basic knowledge about practical business cases within sales
- develop a good understanding of operating and creating international sale cases on the internet
- develop an understanding of the role of being an International Sales Manager and to know basic methods of how to build efficient sales organizations
- examine and train operational and practical sales situations

Innehåll

- International business activities and international sales
- International sales strategies
- Managing across borders with organizational and managerial issues focusing on

- sales operations
- Building and operating international businesses with strong sales focus
- International sales with an emphasis on internet applications
- Similarities and dissimilarities between sales activities in B2C and B2B and between goods and services
- Sales Call Reluctance
- 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.

Practical work-shops with individual and group training of different sales situations.

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.

För kursen som helhet ges något av betygen: Väl godkänd, Godkänd, Underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

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

Bradley, F. (latest ed.) International Marketing Strategy, Financial Times/Prentice Hall, ISBN 13: 978-0-273-68688-0 ISBN 10: 0-273-68688-7

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

Dudley, W.G. & Goodson, S.L. (latest ed.) The Psychology of Sales Call Reluctance, Behavioral Sciences Research Press, ISBN 10: 0-935907-07-6

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

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