



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE680 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 Ekonomihögskolan 2015-05-13

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

### Förkunskaper

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

### Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redogöra för relevanta koncept inom internationella affärer och försäljning
- redogöra för och reflektera över internationella affärsaktiviteter och internationella försäljningsstrategier och verksamheter
- analysera affärspraktikfall inom försäljning
- planera och implementera trade shows och utställningar
- undersöka och träna på operativa och praktiska försäljningssituationer

### Innehåll

Kursen innehåller:

- internationella affärsverksamheter och internationell försäljning
- internationella försäljningsstrategier
- hantera organisatoriska och ledande frågor med fokus på internationell försäljning
- skapa och driva internationell affärsverksamhet med starkt säljfokus
- internationell försäljning med betoning på internetapplikationer
- likheter och skillnader mellan försäljningsaktiviteter i B2C och B2B samt mellan varor och tjänster
- "sales call reluctance"

- 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 skriftlig rapport, muntliga presentationer, litteraturseminarier och hemtentamen.

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 totalt 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 kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

## Kursvärdering

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

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs: Överlappande kurs 1FE679.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Bradley, F. International Marketing Strategy. Pearson Education Limited. Senaste upplagan. Ca 440 s.

Daniels, V.S. International Sales. Disc. Senaste upplagan. Ca 105 s.

Dudley, W.G. & Goodson, S.L. The Psychology of Sales Call Reluctance: Earning What You're Worth in Sales. Behavioral Sciences Research Press. Senaste upplagan. Ca 430 s.

Sugars, B.J. Instant Sales. McGraw Hill Professional. Senaste upplagan. Ca 180 s.

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. Ca 270 s.

Godin, S. All Marketers are Liars: The Power of Telling Authentic Stories in a low-trusted World. Portfolio. Senaste upplagan. Ca 220 s.

Kim, W.C. & Mauborgne, R. Blue Ocean Strategy. Harvard Business School Press.

Senaste upplagan. Ca 290 s.

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. Ca 290 s.