



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE680 Försäljning - verksamhet och teknik utifrån ett internationellt perspektiv, 7,5 högskolepoäng

1FE680 Sales Operations and Techniques with an International Perspective, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2015-05-13

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 6/engelska B, eller motsvarande.

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 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

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: 1FE679 med 7,5 hp.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Jobber, D. Lancaster G. & Le Meunier-FitzHugh, K. *Selling and sales management*. Pearson. UK. Senaste upplaga. Cirka 450 sidor.

Referenslitteratur

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

Godin, S. *All Marketers are Liars: The Power of Telling Authentic Stories in a low-trusted World*. Portfolio. Senaste upplaga. Cirka 220 sidor.

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