



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 2023-02-27 av Ekonomihögskolan. Förkunskapskrav samt standardtexter.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2023

Förkunskaper

Minst 15 hp slutförda kurser i Företagsekonomi GIN . Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas 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. Datum för 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.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs i regel 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.