



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE685 Internationella affärspraktiker - export och import, 7,5
högskolepoäng

International Business Practices- Export and Import, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2013-03-12

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2013

Förkunskaper

Grundläggande behörighet och Företagsekonomi 1-30 hp, eller minst 15 hp organisation och marknadsföring.

Mål

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- tillämpa och formulera övergripande affärsstrategier i internationella affärssammanhang
- praktiskt hantera operativa moment i processen att exportera eller importera varor och/eller tjänster
- planera och genomföra enklare affärsförhandlingar

Innehåll

Kursen innehåller:

- Internationaliseringsstrategier
- Övergripande steg inom export/import verksamhet
- Strategimodeller
- Etableringsformer
- Internationell affärsstrategi och exportförsäljning
- Marknadsföring och presentationsteknik
- Internationell försäljning med förhandlingsteknik
- Säljspel
- Export- och importteknik
- Exportofferter
- Utlandsbetalningar
- Finansieringsformer
- Export- och importdokument; tulldokumentation
- Produktpassningar, standards, tester
- EU-handel

Undervisningsformer

Kursen består av föreläsningar, gäst föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Gästföreläsningar och seminarier är obligatoriska. Aktivt deltagande krävs vid seminarier där uppgifter behandlas och presenteras. Deltagande i uppgifter och seminarier är obligatoriskt, liksom förberedelse för dessa.

Undervisningen består av ovan nämnda undervisningsformer samt ett tillämpat säljspel under en workshop.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För kursen som helhet ges något av betygen: U, G eller VG samt A-F enligt ECTS betygsskala. För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet "Principer för betygsrapportering dnr 2011/160".

Bedömning av de studerandes prestationer sker i form av skriftlig rapport och muntlig presentation i grupp av praktiskt projekt, aktivt deltagande i workshopen samt aktivt deltagande i seminarier.

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 av 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

Bergstedt-Sten, V. (2003). *Förhandla i Affärer: förberedelser, förhandlingsteknik och främmande kulturer*. Stockholm : Liv & Ledarskap AB. 283 s.

Berntorp, A. (2001). *Exportofferten: en praktisk handledning*. Stockholm : Sveriges

Exportråd Industrilitteratur AB. 106 s.

Bradley, F. (Senaste upplagan). *International Marketing Strategy*. FT Prentice Hall. 408 s.

Forsberg, P. (1996). *Export; praktisk handbok för företag*. Näsviken; Björn Lundén information, 158 s.

Material från Business Sweden.

Övriga läromedel

Artiklar och övrig referenslitteratur i samråd med läraren.