



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE945 Internationell försäljning: profession, processer och utförande, 7,5 högskolepoäng

1FE945 International Sales: Profession, Processes and Performance, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2019-10-30

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Företagsekonomi 30 hp på G1N, varav minst 15 hp slutförda kurser inom organisation och marknadsföring eller motsvarande, samt Engelska 6/Engelska B.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- beskriva och kritiskt diskutera det dagliga arbetet som utförs av säljare i ett internationellt sammanhang
- förklara innebörden av värdebaserad försäljning, med särskilt fokus på interaktion, relationer och nätverk i ett internationellt sammanhang
- tillämpa kunskaper inom kommunikation och retorik för att planera, utföra och utvärdera försäljningsarbete i ett internationellt sammanhang

Innehåll

Kursen innehåller:

- internationell försäljning med fokus på interaktion, relationer och nätverk

- försäljning som yrke och karriär
- värdebaserad försäljning från planering och förberedelse, till utförande och utvärdering
- kommunikation och retorik inom försäljning

Undervisningsformer

Undervisningen sker på distans med stöd av en webbstudieplats där instruktioner och kursmaterial finns samlat. Undervisningen består av självstudier, deltagande i obligatoriska webbaserade gruppdiskussioner samt individuella skriftliga arbeten. Kursen kräver åtkomst till en dator och internet. Inga obligatoriska möten eller provmoment på campus ingår.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examination sker genom ett projektarbete, fyra fallstudier samt ett digitalt test.

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 kursstart.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk läsning

Futrell, Charles F. *Fundamentals of selling: Customers for life through service*. McGraw-Hill Irwin. Senaste upplagan. Cirka 600 sidor.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar. Cirka 200 sidor.