



Utbildningsplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

International Sales and Marketing, 180 högskolepoäng

International Sales and Marketing Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Inrättande av program

Inrättad av Organisationskommittén 2009-03-26

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd av Organisationskommittén 2009-09-15

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

Grundläggande behörighet (med undantag från Svenska A/B) samt särskild behörighet Engelska B, Matematik B och Franska, Spanska eller Tyska steg 3 (områdesbehörighet 4 med undantag från Matematik C och Samhällskunskap A samt tillägg för Franska, Spanska eller Tyska steg 3).

Programbeskrivning

Programmet är en treårig internationell utbildning med fokus på industriell försäljning och marknadsföring. Programmet ger en kvalificerad grund för arbete med exportförsäljning och internationell affärsverksamhet.

Mål

Centrala examensmål enligt Högskoleförordningen

Kunskap och förståelse

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid Fakulteten för ekonomi och design och ges vid Ekonomihögskolan. Det finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet samt ett programråd bestående av studeranderepresentanter samt programansvarig. Det finns även en programgrupp bestående av de på programmet undervisande lärarna samt en styrgrupp med representanter för näringslivet.

Programöversikt

Programmet omfattar 180 hp med fokus på försäljningsarbete i industrin. År ett läser den studerande kurser för att skapa en helhetsförståelse av försäljningsarbetet. Det andra året ges vid ett partneruniversitet utomlands i syfte att ge den studerande internationella erfarenheter jämte fortsatta ämnesstudier. Tredje året behandlar avancerad teknisk försäljning och avslutas med ett examensarbete. Programmet ges på engelska, samt under år två delvis på antingen tyska, spanska eller franska.

Programmets pedagogik är bygger på tillämpningsövningar och fördjupande arbeten ur såväl fallstudier som studenternas egna studier i partnerföretags försäljnings- och marknadsföringsarbete.

Kurser i programmet

År 1

Introduktion i försäljning och marknadsföring, 30 hp, nivå G1N (obligatorisk)a)
Professionell Försäljning, 30 hp, nivå G1N (obligatorisk) b)

År 2

Utlandsstudier i:

Företagsekonomi inom försäljning och företagande, 37,5 hp, nivå G1F (obligatorisk)
Rättsvetenskap 7,5 hp, nivå G1N (obligatorisk),
Språk 7,5 hp, nivå G1N (obligatorisk)
Valbara kurser 7,5 hp, nivå G1N

År 3

Teknisk försäljning, 30 hp, nivå G2F (obligatorisk) c)
Metod 15 hp, nivå G2F (obligatorisk) d)
Examensarbete 15 hp, nivå G2E (obligatorisk) e)

- a) kursen innehåller 25 hp företagsekonomi
- b) kursen innehåller 15 hp företagsekonomi
- c) kursen innehåller 15 hp företagsekonomi
- d) består av 15 hp företagsekonomi
- e) består av 15 hp företagsekonomi

Utbildningen innehåller:

Företagsekonomi 122,5 hp
Psykologi 18 hp
Nationalekonomi 2hp
Språk 7,5 hp
Rättsvetenskap 7,5 hp
Valbara kurser 7,5 hp

Teknik 7,5 hp
Informatik 7,5 hp

Arbetslivsanknytning

Studierna bedrivs i nära samarbete med partnerföretag. Praktiska moment, där studenterna tillämpar förvärvade kunskaper på reella problem hämtade från partnerföretagen ingår kontinuerligt.

Utlandsstudier

Samtliga studenter läser utomlands år 2. Studenterna bereds, beroende av språkkunskaper, plats vid ett utländskt partneruniversitet.

Perspektiv i utbildningen

I dagens försäljning och marknadsföring är ett förhållningssätt till ett hållbart samhälle som innefattar en social, etnisk och kulturell mångfald ofrånkomligt. Under programmets gång diskuteras identitetsskapande processer utifrån olika perspektiv som genus, etnicitet och kulturell tillhörighet, samt hur detta påverkar försäljarens förhållningssätt till kunder och andra omvärldskontakter.

Internationalisering är en viktig del i företagets utveckling och den globala konkurrenskraften diskuteras och analyseras under programmets gång.

Kvalitetsutveckling

Sammanhållning och koordinering av programmet leds av programansvarig. Programansvarig arbetar även för att kvaliteten säkerställs på programmet, allt från individuella studentkontakter till kurs och programutveckling. Varje kurs har ansvarig lärare. Programmet har ett s.k. programråd. Studeranderepresentanter från årskurser 1 och 3, träffas kontinuerligt för arbete kring kvalitet och utveckling av programmet.

Kontakt med näringsliv och samhälle sker genom en kontinuerlig dialog med representanter inom området. Detta för att upprätthålla kunskap och kompetens kring förändringar och utvecklingstrender. För att säkerställa den vetenskapliga nivån vidmakthålls kontakter med kollegor, såväl inom nationella som internationella akademiska nätverk.

Vid Programmet för International Sales and Marketing är studentinflytande en naturlig del av programmets utveckling och kvalitetssäkring. Representanter, valda av studenterna, sitter med i programrådet.

Utvärderingar sker kontinuerligt och genomförs av studentrepresentanterna, tillsammans med programansvarig. Utvärderingarnas resultat diskuteras efter varje termin i programrådet. Därefter övergår ansvaret för uppföljning av utvärderingarna till lärarteamet. Sammanställningar av kurs- och programutvärderingar arkiveras av lärosätet.

Styrgruppen medverkar aktivt kring att skapa relevanta praktik- och projektinslag i utbildningen. Styrgruppen diskuterar vidare yrkeslivsrelevans av programmets olika delar och arbetar med ideer kring utvecklings- och framtidsfrågor. Detta speciellt avseende behovet av kompetenser inom industrin - för att öka de studerandes anställningsbarhet efter avslutad utbildning. Styrgruppen sammanträder årligen och sammankallas av programansvarig.

Examen

Efter avklarade studier på programmet samt då avklarade studier motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet, kan studenten ansöka om examen. De som fullföljt International Sales and Marketing kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot internationell försäljning och marknadsföring
(Huvudområde: Företagsekonomi)

*Bachelor of Science with specialization in International Sales and Marketing
(Main field of Study: Business Administration)*

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska)

Övrigt

För tillträde till år 2 krävs minst 45 godkända högskolepoäng från år 1.

För tillträde till år 3 krävs minst 105 godkända högskolepoäng från år 1 och 2.

I programmet ingår exkursioner, studiebesök samt obligatoriska utlandsstudier år 2. I samband med detta kan kostnader utöver det vanliga tillkomma.