

# Internationell säljare/marknadsförare, 80 poäng

## Kursplan

### Projektmetodik (2 KY-poäng)

Efter kursen ska studenten:

- ha kunskap om vad ett projekt är och känna till varför och när projekt är en lämplig arbetsform
- vara medveten om vilka de centrala momenten i projektförloppet är
- känna till vilka arbetsuppgifter en projektledare ansvarar för och inse projektgruppens roll för ett framgångsrikt projekt
- förstå vad som händer i en nybildad grupp och vilka krav det ställer på ledarskapsmetoder
- kunna skapa en projektplan
- förstå vikten av projektutvärderingar och ha verktyg samt metoder för att göra dessa

### Retorik - steg 1 & 2 (3 KY-poäng)

Efter kursen ska studenten:

- ta till sig den grundläggande retoriska delen i praktiken
- få förmåga att förbereda sig retoriskt inför ett anförande
- öva upp sin retoriska förmåga i form av talövningar och improvisationer
- kunna ge konstruktiv kritik på andras anföranden, med retoriska kopplingar
- utöka och utöva kreativa möjligheter utöver PowerPoint
- kunna planera, disponera och genomföra engagerande och intresseskapande presentationer inför publik

### Marknadsföring (5 KY-poäng)

Efter kursen ska studenten:

- ha kunskaper om marknadsföring som ämnesområde samt därtill hörande delområden
- ha fördjupade kunskaper om marknadsföring enligt marketing-mix-synsättet
- ha grundläggande kunskaper om marknadsföring av tjänster och service management
- ha grundläggande kunskaper i marknadsföringslagstiftningen och annan lagstiftning som anger ramarna för olika marknadsföringsåtgärder
- ha tränat aktiv hantering av marknadsföringsproblem

## **Ekonomi (5 KY-poäng)**

- Efter kursen ska studenten:
- Ha kännedom om hur en företagsledning kan planera, styra och kontrollera verksamheter
- Ha förmåga att upprätta och att använda ekonomiska kalkyler, beslutsmodeller och beslutsverktyg
- Ha grundläggande färdighet i budgetering ha kunskap om för- och nackdelar med moderna redovisningsverktyg
- Ha kännedom om aktuell utveckling och trender inom ekonomistyrning
- Finansiering i internationell komplex försäljning

## **Försäljning (8 KY-poäng)**

Efter kursen ska studenten:

- självständigt kunna tillämpa olika arbetssätt för att identifiera, prioritera och bearbeta kunder
- kunna se samband mellan säljprocessens olika delar
- självständigt kunna genomföra komplexa säljsamtal hos kund
- självständigt kunna genomföra komplexa behovsanalyser hos kund
- självständigt kunna skriva och formulera offerter
- kunna redogöra för olika metoder och hjälpmedel för säljstyrning och säljstöd
- kunna redogöra för hur säljinsatser mäts
- ha grundläggande förståelse för vad begreppet Key Account Management står för
- ha grundläggande förståelse för hur företag kan identifiera, hantera och organisera sina nyckelkunder

## **Praktisk marknadsföring (2 KY-poäng)**

Efter kursen ska studenten:

- praktiskt kunna göra en fiktiv marknadsplan för ett företag eller en produkt
- praktiskt kunna göra skisser för reklam eller evenemang

## **PM - Internationell försäljning (1 KY-poäng)**

Parallellt med lärande i arbete (period 1) skall deltagaren utforma ett PM som beskriver praktikföretagets säljarbete på den marknad studenten arbetar. I PM:et skall även studentens roll som säljare/ marknadsförare beskrivas.

## Lärande i arbete i Sverige eller utomlands (10 KY-poäng)

Studenten formulerar tillsammans med företagets handledare och Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson arbetsbeskrivning, innehåll och mål för LIA-perioden. Samtidigt skall de översiktligt diskutera planerna för LIA-period 2.

Arbetsbeskrivning och mål följs successivt upp i samband med uppföljningsmöten där ovanstående parter deltar. Mål och arbetsbeskrivning fastslås i en handlingsplan som deltagaren presenterar för Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson respektive företagets handledaren. Exempel på innehåll i handlingsplanen kan vara; arbetstid, beskrivning av arbetstid, mål för LIA-perioden. Student, kontaktperson på Sälj&Marknadshögskolan och företagets handledare träffas ytterligare för att följa upp handlingsplanen.

Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson gör ett besök på LiA-företaget samt håller regelbundet kontakt med student och LiA-företag.

Innehåll och mål med LIA-perioden är:

- Studenten skall praktiskt medverka vid planering och genomförande av sälj- och marknadsföringsarbetet i ett företag.
- Kunna tillämpa teoretiska kunskaper inom betalningar, distribution, marknadsbearbetning och finansiering i praktiska säljprojekt.
- Kunna arbeta som säljare/marknadsförare i ett team under de speciella villkor som gäller i ett företag.

## Business to Business (5 KY-poäng)

undervisning på engelska kan förekomma

Efter kursen ska studenten:

- ha fått kunskap om hur business to business-marknader är uppbyggda
- ha fått förståelse för business to business-marknadsföring ur ett teoretiskt perspektiv
- ha ökat sina färdigheter i att utveckla marknadsföringsstrategier för business to business-marknader
- förstått marknadsföringsfunktionens roll i business to business-marknadsföring

## Praktisk export - Internationell försäljning (5 KY-poäng)

Efter kursen ska studenten:

- Fått kunskap om komplex försäljning på internationell nivå
- Fått kunskap i hur man systematiskt bygger upp och utvecklar en internationell affärsverksamhet
- Fått kunskap om internationella distributions,- och informationskanaler kunna genomföra en konkret exportsatsning
- Fått kunskaper i strategier i internationell komplex försäljning
- Kunna göra marknadsval, distributionsformer och samspel med representanter i utlandet

## **Cross cultural communication (2 KY-poäng)**

Undervisning på engelska kan förekomma

Efter kursen ska studenten:

- kunna urskilja kulturella från icke-kulturella faktorer i mänsklig beteende generellt och specifikt i affärs- och arbetssituationer
- förstå varför skillnaden mellan etnocentrism och hemmablindhet är betydelsefull för förståelsen av hur kulturer utgör ett stöd för vissa antaganden
- kunna exemplifiera sambanden mellan kulturella värderingar och logiken i det kulturella beteendet
- förstå vad det innebär att skifta perspektiv
- förstå hur olika informationsnormer påverkar synen på trovärdighet

## **International marketing (5 KY-poäng)**

Undervisning på engelska kan förekomma

Efter kursen ska studenten:

- få kunskap om den omgivning som internationella företag arbetar i
- få kunskap om de olika villkor som finns på makronivå påverkar villkoren på mikronivå
- få kunskap om olika arbetssätt på internationella marknader
- få kunskap om problem, beslut och processens steg vid internationalisering
- få förståelse för multinationella företag och deras marknadsaktiviteter
- få kunskap om internationell marknadsföring på ett praktiskt och ett övergripande plan
- öka sin analytiska och kritiska förmåga när det gäller internationell marknadsföring och globala företag

## **Internationell affärsjuridik (3 KY-poäng)**

Efter kursen ska studenten:

- kunna förklara den rättsliga miljön för exportföretag
- kunna redovisa internationell affärsrätt och marknadsrätt
- kunna redovisa marknadsförings- och konkurrenslagstiftning
- kunna redovisa internationell kontraktsrätt
- kunna redovisa sak-, konsument- och immaterialrätt
- kunna förklara juridiska spelregler som styr exportverksamheter

## Lärande i arbete i Sverige eller utomlands (18 KY-poäng)

Studenten formulerar tillsammans med företagets handledare och Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson arbetsbeskrivning och mål för perioden. Utformningen skall baseras på erfarenheter och uppföljning av mål.

Arbetsbeskrivning och mål följs successivt upp i samband med uppföljningsmöten där ovanstående parter deltar. Mål och arbetsbeskrivning fastslås i en handlingsplan som deltagaren presenterar för Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson respektive företagets handledare.

Exempel på innehåll i handlingsplanen kan vara; arbetstid, beskrivning av arbetstid, mål under LIA 1, preliminär plan för LIA 2. Student, kontaktperson på Sälj&Marknadshögskolan och företagets handledare träffas ytterligare för att följa upp handlingsplanen.

Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson Sälj&Marknadshögskolans kontaktperson gör ett besök på LiA-företaget samt håller regelbundet kontakt med student och LiA-företag.

Innehåll och mål med LIA-perioden är:

- Studenten skall praktiskt medverka vid planering och genomförande av sälj- och marknadsföringsarbetet i ett företag på en internationell marknad.
- Kunna tillämpa teoretiska kunskaper inom exportrutiner och affärsjuridik i praktiska säljprojekt.
- Kunna genomföra säljprocesser i komplexa internationella affärer.
- Veta hur de sociala och kulturella skillnaderna i arbetslivet påverkar affärsverksamheten i ett företag.

## Rapportskrivning (1 KY-poäng)

Syftet med kursen är att ge förutsättningar för att kunna reflektera över, analysera och presentera ett problem. Ett undersökande och analyserande arbetssätt tränas i samband med rapport/examensarbetet. I och med att du sammanställer en rapport tränas du också i:

- ett självständigt arbete, ta ansvar för och genomföra en uppgift
- formuleringen och avgränsningen av problem
- strukturering av arbetet

Målet med kursen i rapportskrivning är att ge kunskaper som behövs för att

- Skriva strukturerade och begripliga rapport samt examensarbetet
- Använda och skapa en effektiv rapportstruktur
- Samla underlag och fakta till rapporten
- Granska fakta, formuleringar och språk

### **Examensarbete, (4 KY-poäng)**

Studenten skall göra ett examensarbete som är kopplat till LIA-företagets verksamhet. Arbetet skall vara till nytta för såväl företaget som studenten själv. Inriktningen på examensarbetet bestämmer studenten tillsammans med handledaren från Sälj&Marknadshögskolan och handledaren på företaget. Examensarbetet skall uppfylla kraven på problemformulering, övergripande metod, undersökningsmetoder, koppling till teori och slutsatser.

Examensarbete består av inläsning av litteratur, informationssökning och informations-sammanställning.

### **Summering av erfarenheter, redovisning och opponering av examensarbete (1 poäng)**

Arbetet skall redovisas muntligt såväl som skriftligt. Syftet är att studenten skall tillgodogöra sig innehållet, men även förmedla kunskaper till övriga studenter. Det är viktigt att studenten får träna sig i att strukturera information skriftligt samt redovisa inför grupp.