



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

International Sales and Marketing, 180 högskolepoäng

International Sales and Marketing Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd 2009-09-15

Senast reviderad 2013-10-21 av fakultetsstyrelsen inom Ekonomihögskolan

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2014

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Engelska B, Samhällskunskap A, Matematik B eller Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2, Matematik 2a / 2b / 2c. Grundläggande behörighet med undantag för kravet i Svenska.

Programbeskrivning

Programmet International Sales and Marketing (ISM) är en treårig internationell utbildning med fokus på industriell försäljning och marknadsföring. Programmet ger en kvalificerad grund för arbete med exportförsäljning och internationell affärsverksamhet. Programmet innehåller studier i grundläggande internationellt sälj- och marknadsföringsarbete, professionell försäljning, avancerad teknisk försäljning, internationell handelsrätt (rättsvetenskap), finansiering, företagsförlagt projektarbete samt metod och examensarbete. Projektarbetet under utbildningens femte termin syftar till att träna studentens förmåga att självständigt tillämpa metoder och teorier direkt i en affärsverksamhet för att lösa problem och uppnå mål - samt att kritiskt reflektera över tillämpningen av valda teorier och modeller.

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, för 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
- 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, samhälleliga och etiska aspekter
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens

Innehåll och struktur

Utbildningen är placerad vid och ges på 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 exportindustrin. År ett läser den studerande kurser för att skapa en helhetsförståelse av försäljningsarbetet. Det andra året läser studenterna under den tredje terminen avancerad teknisk försäljning och den fjärde terminen sker utomlands i syfte att ge den studerande internationella erfarenheter jämte fortsatta ämnesstudier. Tredje året inleds med en termins verksamhetsförlagt projektarbete/praktik (med syftet att den studerande individuellt skall träna tillämpning av teori och modeller) kombinerat med studier i rättsvetenskap samt finansiering. Året avslutas med företagsekonomisk metodkurs samt examensarbete. Programmet ges på engelska.

Programmets pedagogik 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) a)

År 2

Avancerad teknisk försäljning, 30 hp, nivå G1F (obligatorisk) b)

Utlandsstudier, 30hp (obligatorisk) c)

- Kurs i språk / affärskultur (obligatorisk) samt valbara kurser (inom företagsekonomi) totalt 30 hp, nivå G1N

År 3

Verksamhetsförlagt projektarbete inom International Sales and Marketing, 15 hp, nivå G2F

(obligatorisk) d)

Internationell handelsrätt, 7,5 hp, nivå G1N (obligatorisk) e)

Finansiering 7,5 hp, nivå G1F (obligatorisk) f)

Företagsekonomisk metod, 15 hp, nivå G2F (obligatorisk) d)

Examensarbete, 15 hp, nivå G2E (obligatorisk) d)

- a) kursen innehåller 30 hp företagsekonomi
- b) kursen innehåller 15 hp företagsekonomi, 7,5hp teknik samt 7,5hp informatik
- c) kursen innehåller 30 hp företagsekonomi kombinerat med språk
- d) kursen innehåller 15 hp företagsekonomi
- e) kursen innehåller 7,5 hp rättsvetenskap
- f) kursen innehåller 7,5 hp företagsekonomi

Utbildningen innehåller:
företagsekonomi 150 hp
språk 7,5 hp
rättsvetenskap 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 och fördjupas under det tredje årets verksamhetsförlagda projektarbete.

Utlandsstudier

Samtliga studenter läser utomlands termin 4. Studierna sker enligt den inriktning för terminen som utbildningsplanen definierat och skall godkännas av programansvarig för att kunna tillgodoräknas inom programmet. Studenterna bereds plats vid ett utländskt partneruniversitet enligt gängse rutiner för utbytesstudier vid Linnéuniversitetet.

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 alla årskurser träffas kontinuerligt för arbete kring kvalitet och utveckling av programmet.

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.

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.

Knuten till programmet finns även en styrgrupp, som medverkar aktivt till att skapa relevanta praktik- och projektinslag i utbildningen. Styrgruppen består av programansvarig, studeranderepresentanter och näringslivsrepresentanter, och diskuterar även 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 specialisation 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 kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart.

I programmet ingår exkursioner, studiebesök samt obligatoriska utlandsstudier termin 4. I samband med detta kan kostnader utöver det vanliga tillkomma.