



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE670 Retail Management, 7,5 högskolepoäng

1FE670 Retail Management, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2010-06-14

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-15 hp eller minst 7,5 hp organisation eller marknadsföring.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- översiktligt beskriva detaljhandelsdisciplinens teoretiska bakgrund, framväxt och betydelse i det nuvarande samhället
- analysera och redogöra för grundläggande teorier, begrepp och modeller inom Retail Management
- analysera och redogöra för olika typer av detaljhandelsföretag, såväl traditionella som virtuella
- analysera och redogöra för olika aktörer och deras roller inom detaljhandeln
- grundläggande redogöra för svensk detaljhandelsforskning

Innehåll

Kursens innehåll bygger på forskning inom ämnesområdet och dess förhållande till en samhällsvetenskaplig kontext.

- detaljhandelns globalisering och utveckling

- konsument- och kundbeteende
- detaljhandelsstrategier
- sortiments- och servicestrategier
- butiks- och varuhusledning
- integrerad marknadskommunikation

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, praktikfall och gruppuppgifter. Deltagandet i och förberedelser inför vissa, i kursinformationen angivna, seminarier och möten är obligatoriskt.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examinationen sker genom skriftliga och muntliga uppgifter. Ett aktivt deltagande under seminarier och resultatet av skriftliga rapporter utgör tillsammans med examinationsuppgifterna grunden för betyg.

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala.

För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 2011/160”.

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 fakulteten. 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 kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obigatorisk litteratur

Levy, M. och Weitz, B. A. *Retailing Management*. New York, NY: McGraw-Hill. Senaste upplagan. Ca 704 s.

Referenslitteratur

Evans, M. Jamal, A. och Foxall, G. (2008) *Konsumentbeteende*. Malmö: Liber AB. 338 s. ISBN 978-91-47-08800-3

Hallgren, Ö. (2009) *Handelns Relationer*. 2:a uppl. Helsingborg: Ekonomibok Förlag AB. 333 s. ISBN 978-91-86-40625-7

Hultén, B. Broweus, N. och van Dijk, M. (2008) *Sinnesmarknadsföring*. Malmö: Liber AB. 183 s. ISBN 978-91-47-08710-5

Kotler, P., Armstrong, G., Parment, A. (2011) *Principles of Marketing – Swedish edition*. Essex, Pearson Education Limited 495 s. ISBN 978-0-273-73596-0

Nordfält, J. (2007) *Marknadsföring i butik - Om forskning och branschkunskap i detaljhandeln*. Malmö: Liber AB. 287 s. ISBN 978-91-47-08766-2

Patel, R. och Davidson, B. (2003) *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur. 149 s. ISBN 978-91-44-02288-8 eller motsvarande

Underhill, P. (2006) *Why we buy - Shopping som vetenskap*. 207 s. ISBN 978-91-53-42805-3

Övriga läromedel

Populärvetenskapliga och vetenskapliga artiklar i samråd med läraren. Ca 200 s.