



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE671 Retail Management, 7,5 högskolepoäng

Retail Management, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-04-15

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

### Förkunskaper

Företagsekonomi I, 15 hp eller minst 7,5 hp organisation eller marknadsföring.

### Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

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

### Innehåll

Kursen innehåller:

- 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. Obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examination

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

Examinationen sker genom skriftliga rapporter, seminarier och muntliga presentationer.

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 totalt 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 kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

## 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.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet i denna kurs: Kursen överlappar 1FE670.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

Levy, M. och Weitz, B. A. *Retailing Management*. New York, NY: McGraw-Hill. Senaste upplagan. Ca 700 s.

### Referenslitteratur

Evans, M. Jamal, A. och Foxall, G. *Konsumentbeteende*. Malmö: Liber AB. Senaste upplagan. Ca 340 s.

Hallgren, Ö. *Handelns Relationer*. Helsingborg: Ekonomibok Förlag AB. Senaste upplagan. Ca 330 s.

Hultén, B. Broweus, N. och van Dijk, M. *Sinnesmarknadsföring*. Malmö: Liber AB. Senaste upplagan. Ca 180 s.

Kotler, P., Armstrong, G., Parment, A. *Principles of Marketing – Swedish edition*. Essex, Pearson Education Limited. Senaste upplagan. Ca 495 s.

Nordfält, J. *Marknadsföring i butik - Om forskning och branschkunskap i detaljhandeln*. Malmö: Liber AB. Senaste upplagan. Ca 290 s.

Patel, R. och Davidson, B. *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan. Ca 150 s. *eller motsvarande*

Underhill, P. *Why we buy - Shopping som vetenskap*. Senaste upplagan. Ca 210 s.

## Övriga läromedel

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