



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

1FE671 Retail Management, 7,5 högskolepoäng

Retail Management, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd 2015-04-15

Senast reviderad 2017-04-19 av Ekonomihögskolan. Revidering av förkunskapskrav, innehåll samt litteraturlista.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2017

Förkunskaper

Grundläggande behörighet. samt Eng B/6.

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 internationell detaljhandelsforskning

Innehåll

Kursen innehåller:

- retail marketing management
- retail marketing strategi
- retail marketing mix
- retail teknologi

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, muntliga presentationer samt genomförande och diskussion av case.

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 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

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle.

Kursvärderingen genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: 1FE670

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

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

Vetenskapliga artiklar. Cirka 200 sidor.