



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE725 Praktik och tillämpning - Detaljhandel & Service Management, 15 högskolepoäng

1FE725 Internship - Retail & Service Management, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2009-11-09

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Särskild behörighet, Företagsekonomi 1-30 hp samt 15 hp handelsinriktade kurser.

Mål

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- analysera och förstå ett detaljhandels- eller serviceföretags arbetsprocesser.
- analysera och förstå ett detaljhandels- eller serviceföretags roller på marknaden och i samhället.
- redogöra för och förstå arbetsmetoderna inom detaljhandels- och serviceföretag.
- redogöra för och förstå olika typer av aktörer inom detaljhandel och service.
- övergripande förstå den aktuella teoretiska forskningsdialogen inom områden relevanta för detaljhandel och service.

Innehåll

Kursen består av näringsrelevanta problemställningar inom detaljhandel och service management.

Vidare består kursen av teoretiska litteraturstudier och praktiska moment inom ett

temaområde relevant för detaljhandel och service management. Litteratur väljs i samråd med kursansvarig och examinator.

De teoretiska litteraturstudierna, tillsammans med valt företag eller organisation, utgör utgångspunkten för val av tema och materialinsamling i samband med praktik hos lämpligt detaljhandels- eller serviceföretag verksamt inom Sverige eller internationellt. Fältarbetsmetod och lämplig aktör väljs och godkänns i samråd med handledare och examinator. Detta material sammanställs och analyseras därefter i återkommande rapporter och genom dialog med handledaren.

Undervisningsformer

Undervisningen består av enskilda litteraturstudier med handledning.

Litteraturstudierna utmynnar i en rapportplan med problemformulering/tema och syfte där olika sätt att analysera ett insamlat empiriskt material, metodval och perspektiv på textproduktion problematiseras. Rapportplan och tema skall godkännas av examinatorn och ligga till grund för det efterföljande fältarbetet och rapportskrivandet.

Fältarbetet kan genomföras såväl i Sverige som utomlands. En av Ekonomihögskolan godkänd handledare leder studenten och ser till att den följer en för varje enskilt fall uppgjord rapportplan.

Fältarbetets insikter och erfarenheter skall dokumenteras, analyseras och reflekteras utifrån den teoretiska litteraturen och rapportplanens problemformulering och syfte samt innefatta en redovisning av hur den ursprungliga problemställningen har lösts. Kontinuerlig dialog med kursens examinator vid Ekonomihögskolan skall hållas under hela fältarbetet, vilket innebär kontinuerlig avrapportering i form av skriftliga och muntliga delrapporter.

Eventuella merkostnader med anledning av fältarbetet bekostas av den studerande.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examinationen sker genom sammanställning av rapporterna. För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. Studenter som underkänns erbjuds möjlighet till komplettering av underkända moment.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Valbar litteratur

Litteratur väljs i samråd med och godkänns av examinator. Val av litteratur anpassas efter fältarbetets inriktning.

- Bergström, Fredrik. Fölster, Stefan. (senaste upplagan). Kampen om köpkraften – handeln i framtiden, Västerås: Forma Publishing Group. c:a 200 s.
- Christopher, Martin. (senaste upplagan). Logistics and supply chain management – Creating value-adding networks, Harlow: Pearson Education Limited. c:a 310 s.
- Evans, Dave. Bratton, Susan. (senaste upplagan). Social media marketing – An hour a day, West Sussex: Wiley. c:a 430 s.
- Grönroos, Christian. (senaste upplagan). Service management och marknadsföring – En CRM ansats, Malmö: Liber. c:a 440 s.
- Gummesson, Evert. (senaste upplagan). Relationsmarknadsföring: Från 4P till 30R, Malmö: Liber. c:a 360 s.
- Hultén, Bertil. Broweus, Niklas. Van Dijk, Marcus. (senaste upplagan). Sinnesmarknadsföring, Malmö: Liber. c:a 185 s.
- Lagrosen, Stefan. Lagrosen, Yvonne. (senaste upplagan). Mänsklig kvalitetsutveckling, Lund: Studentlitteratur. c:a 360 s.
- McGoldrick, Peter. (senaste upplagan). Retail Marketing, Maidenhead, McGraw-Hill. c:a 660 s.
- Melin, Frans. (senaste upplagan). Varumärkesstrategi – om konsten att utveckla starka varumärken, Malmö: Liber. c:a 400 s.
- Nordfält, Jens. (senaste upplagan). Marknadsföring i butik – Om forskning och branschkunskap i detaljhandeln, Malmö: Liber. c:a 290 s.
- Parment, Anders. (senaste upplagan). Generation Y – Framtidens konsumenter och medarbetare gör entré!, Malmö: Liber. c:a 260 s.
- Parment, Anders. (senaste upplagan). Marknadsför till 55 plus, Malmö: Liber. c:a 175 s.
- Underhill, Paco. (senaste upplagan). Why we buy – shopping som vetenskap, Västerås: Forma Publishing Group. c:a 210 s.