



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design  
Ekonomihögskolan

2FE60E Företagsekonomi III - Ledning och utveckling i handelsföretag, 30 högskolepoäng

Business Administration III -, 30 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2E

### Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2009-06-15

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

### Förkunskaper

Företagsekonomi 1-60 hp, inr marknadsföring, varav minst 22,5 hp marknadsföring eller motsvarande.

### Förväntade studieresultat

After completing the course, the student should be able to:

SUBCOURSE 1 Retail HRM: Managing people in customer oriented and labor intensive environments, 6 hp

- describe key concepts and topics in human resource management (HRM);
- understand the role and dynamics of HRM in modern organizations;
- understand the relationship between business strategy and HRM;
- analyze and argue HRM problems and apply appropriate solutions;
- analyze workforce requirements in relation to company needs;
- demonstrate knowledge about HRM processes, including personnel planning, recruitment, selection and training;
- carry out examinations in different stages of the HRM process;
- understand the special features of the retail human resource environment;
- explain the specific role of HRM in retail companies;
- demonstrate the ability to analyze variations in manpower need depending on variations in market demand.

## DELKURS 2 Sinnesmarknadsföring, 6 hp

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- diskutera och analysera hur begreppen kund- och sinnesupplevelser kan uppfattas i såväl teori som praktik ur både företags- och konsumentperspektiv;
- redogöra för vilka komponenter som ingår i en analysmodell över hur kund- och sinnesupplevelser kan tillämpas och utvecklas i ett företag;
- beskriva, tillämpa och analysera de fem steg som ingår i en analys av konsumenters kund- och sinnesupplevelser;
- identifiera, beskriva och analysera hur kund- och sinnesupplevelser kan ligga till grund för ett företags marknadsföring på både kort och lång sikt;
- utveckla och föreslå marknadsföringsstrategier för kund- och sinnesupplevelser i såväl varu- som tjänsteproducerande företag;
- diskutera och problematisera vad som skiljer sinnesmarknadsföring från traditionell marknadsföring av varor och tjänster på konsumentmarknader.

## DELKURS 3 Aktuell forskning inom svensk detaljhandel, 3 hp

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- diskutera och analysera tillämpningen av detaljhandelsforskning ur ett avnämarperspektiv
- identifiera, problematisera och utveckla förståelse för detaljhandelsforskning i praktiken
- analysera och diskutera begreppet "State of the Art" i svensk detaljhandelsforskning
- utveckla och föreslå forskningsfrågor och problemställningar för detaljhandelsforskare

## DELKURS 4 Självständigt arbete/ uppsats, 15 hp

Efter genomgången kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för och förstå konsekvenserna av olika perspektiv i skilda typer av undersökningar, vid val av metod och vid författandet av rapporter/ uppsatser
- identifiera, avgränsa och formulera ett problem med vetenskaplig relevans
- kommunicera och motivera sina metodval och visa på förståelse för dess konsekvenser
- identifiera, samla in, hantera och tydliggöra relevant empiri, med utgångspunkt från undersökningsområdet och problemfrågans karaktär
- identifiera, klarlägga och analysera den teoretiska referensram som relaterar till undersökningsfråga och problem
- analysera resultatet av en studie och på ett medvetet, självständigt och reflexivt sätt kunna tydliggöra olika ingredienser i detta
- författa och försvara en vetenskapligt upplagd rapport/ uppsats
- självständigt och aktivt genomföra en opposition

## Innehåll

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

## SUBCOURSE 1

Retail HRM: Managing people in customer oriented and labor intensive environments, 6 hp

Retailing is a major labor-intensive industry sector and people are the driving force behind all transactions in retailing outlets. Globalization and increasing demands from well-informed and sophisticated consumers dominate the discussion of management in retail companies, challenging them to reorganize and adapt their structures to become more efficient. The module investigates the special features of the retail human resource environment, characterized by a large number of inexperienced workers, long hours, highly visible employees, many part-time workers, and variations in customer demand. The students will learn how to meet these challenges in different stages of the HRM process, i.e. recruitment, selection, training and monitoring of employees.

#### DELKURS 2 Sinnesmarknadsföring, 6 hp

- Sinnesmarknadsföring och kundupplevelser; dess betydelse för företag och konsument i det binära samhället;
- Individualisering som livsstil och varumärkets betydelse ur såväl företags- som konsumentperspektiv
- Betydelsen av mass- och mikromarknadsföringsteorier (CRM) i relation till sinnesmarknadsföring som begrepp och föreställningsram;
- Sinnesuttryck, sensationer och sinnesupplevelser relaterade till den mänskliga hjärnan och de fem sinnen;
- Upplevelsebegreppet som uttryck för de mänskliga sinnen, gestalten och den ultimata sinnesupplevelsen;

#### DELKURS 3 Aktuell forskning inom svensk detaljhandel, 3 hp

Seminariearbete, som innebär att

- individuellt analysera och diskutera olika forskningsfrågor och dess praktiska tillämpning
- identifiera viktiga implikationer utifrån valda vetenskapliga artiklar och forskningsrapporter
- problematisera betydelsen av 'State of the Art' i svensk detaljhandelsforskning

#### DELKURS 4 Självständigt arbete/upsats, 15 hp

Uppsatsarbete, vilket innebär att:

1. självständigt identifiera, avgränsa och formulera ett problem med vetenskaplig relevans
  2. genomföra en teoretiskt och empiriskt relaterad studie på denna grund
  3. kommunicera och avhandla, undersökningsfrågan i en uppsats
  4. opponera på en annat uppsatsarbete.
- Genomgång av olika ingredienser i uppsatsarbetet samt diskussion om ställningstaganden vad gäller valet av perspektiv och förhållningssätt till metod, empiri, teori och textproduktion
  - Gruppbaserad handledning och vägledning i författandet av uppsatsen, liksom i frågor som är relaterade till denna uppgift

#### Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, liksom handledning och instruktioner i samband med individuella eller gruppbaserade uppgifter. Deltagandet i och förberedelser inför vissa seminarier och möten är obligatorisk.

Examinationen sker genom enskilda skriftliga tentamina och/eller författandet av rapporter enskilt eller i grupp. Ett aktivt deltagande under obligatoriska seminarier förutsätts också för godkänt resultat.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omprovning i regel 6-7 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera.

Delkurs 4, Självständigt arbete/upsats, 15 hp, examineras vid ett seminarium då uppsatsen, inom ramen för 'opposition', presenteras och försvaras. I examinationen ingår även att opponera på en annan grupps uppsats.

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

### Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

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.

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 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

#### Obligatorisk litteratur

SUBCOURSE 1 Retail HRM: Managing people in customer oriented and labor intensive environments, 6 hp

Adams, Jeremy (2007): *Managing People in Organizations: Contemporary Theory and Practice*. Palgrave MacMillan. (352 p.) ISBN: 978-1-4039-9796-8.

Legge, Karen (2005): *Human Resource Management: Rhetorics and Realities* (Anniversary Edition). Palgrave MacMillan. (400 p.) ISBN: 978-1-4039-3600-4.

Scullion, Hugh & M. Linehan (2005): *International Human Resource Management*. Palgrave MacMillan. (400 p.) ISBN: 978-0-333-74139-9.

Compilation of journal articles (200 pages)

DELKURS 2 Sinnesmarknadsföring, 6 hp

#### Obligatorisk litteratur

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

Schmitt, B. (2003). *Customer Experience Management – A revolutionary approach to*

connecting with your customers. New Jersey: John Wiley & Sons.

Underhill, P. (2006). Why We Buy – Shopping som vetenskap. Västerås: Forma Publishing Group

Utvalda vetenskapliga artiklar

DELKURS 3 Aktuell forskning inom svensk detaljhandel, 3 hp

Hultén, B. (2007). Den professionella kedjan och den kundstyrda marknadsföringen – om tillgänglighet och värdeskapande i det binära samhället. Stockholm: Handelns Utredningsinstitut (HUI). 189 s. ISSN 1102-8882

Hultén, B. (2008). Kompendium med utvalda vetenskapliga artiklar. Kalmar: Handelshögskolan BBS. 100 s.

DELKURS 4 Självständigt arbete/upsats, 15 hp

Identifiering och urval av litteratur ingår som en deluppgift i uppsatsarbetet

Referenslitteratur

Allwood, C. M. (red.) (2004): Perspektiv på kvalitativ metod. Lund: Studentlitteratur

Andersen, I. (1998): Den uppenbara verkligheten. Lund: Studentlitteratur

Booth, W.C., Colomb, G.G., och Williams, J.M. (2004): Forskning och skrivande; konsten att skriva enkelt och effektivt. Lund: Studentlitteratur

Bryman, A & Bell, E (2005): Företagsekonomiska forskningsmetoder; Malmö: Liber

Danermark, B., Ekström, M., Jakobsen, L. & Karlsson, J. (2003): Att förklara samhället. Lund: Studentlitteratur

Denzin, K. och Lincoln, Y.S. (ed.) (2005): The Sage handbook of Qualitative Research. London: Sage Publications

Eriksson, L-T. (2001): Att utreda, forska och rapportera. Malmö: Liber

Gummesson, E. (2000): Qualitative Methods in Management Research. Newbury Park, Cal. USA: Sage Publications Ltd.

Hartman, J. (2003): Vetenskapligt tänkande, Från kunskapsteori till metodteori. Lund: Studentlitteratur

Patton, M. (2001): Qualitative Research and Evaluation Methods. Newbury Park, Cal. USA: Sage Publications Ltd.

Thurén, T. (1998): Tanken, språket och verkligheten. Malmö: Liber

Yin, R. (1989): Case Study Research. Newbury Park. Cal.; Sage Publications