



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

Detaljhandel och Service Management, 180 högskolepoäng

Retail and Service Management Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd 2019-02-06

Senast reviderad 2019-02-06 av fakultetsstyrelsen inom Ekonomihögskolan

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2019

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2, Matematik 2a / 2b / 2c eller Engelska B, Samhällskunskap A, Matematik B (Områdesbehörighet 4/A4).

Engelska B/6 och Svenska B/3

Programbeskrivning

Programmet Detaljhandel och Service Management utrustar studenterna med kunskap om att skapa och leda företag inom detaljhandel och service, både i Sverige och utomlands. Engelska är därför ett viktigt arbetspråk. Programmets studenter uppmuntras till att skapa och omforma affärsstrategier för de allt större utmaningar som kommer av globalisering, teknik och nya konsumenttyper. Vid programmet slut ska studenten ha tillägnat sig grundläggande och avancerade företagsekonomiska kunskaper för att skapa tillväxt i dynamiska företagsmiljöer. Studenter förväntas även lära sig ett kritiskt tänkande både i egenskap av företagare och ansvarstagande samhällsmedborgare, där gemensam kunskapsutveckling med olika samhällselement betraktas som ett sätt att utveckla hållbara affärsmetoder. Programmet utvecklar en hög nivå av professionalitet och färdigheter inom kundtjänst, vilket ger breda anställningsmöjligheter inom både privat (företag inom detaljhandel och service) och offentlig sektor (kommun, landsting och stat).

Majoriteten av kurserna ges på engelska vilket inkluderar undervisning, handledning, litteratur och examination.

Mål

Examensmål enligt Högskoleförordningen

Kunskap och förståelse

För kandidatexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom huvudområdet för utbildningen, inbegripet kunskap om områdets vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom

området, fördjupning inom någon del av området samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
- visa förmåga att självständigt identifiera, formulera och lösa problem samt att genomföra uppgifter inom givna tidsramar,
- visa förmåga att muntligt och skriftligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar i dialog med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta inom det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För kandidatexamen skall studenten

- visa förmåga att inom huvudområdet för utbildningen göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhällliga och etiska aspekter,
- visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används, och
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att utveckla sin kompetens.

Programspecifika mål

- visa förmåga att skapa och genomföra affärsstrategier i samverkan inom detaljhandel och tjänstesektor och,
- visa förmåga att skapa och förestå företag med ett kundorienterat samverkande förhållningssätt.

Detta överensstämmer med de lärande mål som anges för en kandidatexamen i Högskoleförordningen och är i linje med Ekonomihögskolans mission.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid och ges av Ekonomihögskolan.

För programmet finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet, agerar som företrädare och samordnar programrelaterade frågor. Hen ansvarar för programmets innehåll och utveckling samt arbetar aktivt för goda relationer och kommunikation. Det sker med de på programmet undervisande lärarna via en fortlöpande dialog, med programstudenter via ett programråd och med arbetslivet via samverkan med näringsliv och interaktion med andra relevanta partner.

Programöversikt

Programmet Detaljhandel och Service Management är på 180 högskolepoäng och motsvarar därmed tre års heltidsstudier. Företagsekonomi med fokus på ledarskap, marknadsföring och digitalisering är i centrum för hela programmet och behandlar hela spektrumet av detaljhandel och service management. Under det första året introduceras studenterna till grunderna i organisation och ledarskap, marknadsföring, konsumentbeteende samt detaljhandel och service management, liksom grundläggande kunskaper i marknadsföringsjuridik, finans och redovisning.

Under det andra året fördjupas de företagsekonomiska kunskaperna med särskild tonvikt på affärsrelationer, supply chain management och statistik. Fokus läggs även på varumärkshantering och integrerad marknadskommunikation, digitalisering och sensorisk marknadsföring.

Under programmets sista år kan studenterna välja mellan att studera en termin utomlands, genomföra ett projektarbete riktat mot ett svenskt företag inom detaljhandel och service, eller att läsa valfria kurser. Tredje året avslutas med en integrerad modul som täcker olika perspektiv på forskning inom detaljhandel, forskningsmetodik, samt ett examensarbete.

Kurser i programmet

År 1

- Företagsekonomi I - Organisation och Ledarskap, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*#

Kursen ger en bred teoretisk förståelse för olika perspektiv på och aspekter av organisation och ledarskap. Klassiker såväl som sentida bidrag till forskningen sätter tydlig prägel på kursen, liksom ett särskilt fokus på genusfrågor. Den teoretiska förståelsen syftar till att ge kunskap och underlag för att identifiera och förstå organisatoriska problem i praktiken.

- Företagsekonomi I - Marknadsföring, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*#

Kursen fokuserar på grundläggande marknadsföring av varor och tjänster och innehåller inslag av marknadsrätt, hållbarhet, aspekter på socialt ansvarstagande samt presentation av marknadsföringsaktiviteter.

- Consumer Behaviour, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*

Kursen behandlar psykologiska och beteendevetenskapliga processer i samband med konsumtion, från individnivå till global samhällsnivå. Konsumtion diskuteras och konceptualiseras ur ett erfarenhetsperspektiv med betoning på sociala kulturaliseringsprocesser.

- Retail Management, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*

Kursen behandlar retail management med ett fokus på strategi, marknadsföringsmix och teknik. Kursen ger mer specifik teoretisk och praktisk förståelse av hur marknadsföringsstrategier inom detaljhandeln kan utformas, utvecklas och implementeras för flera olika typer av verksamheter.

- Service Management, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*

Kursen i service management fokuserar på innovation, kvalitet och andra kritiska element som konkurrensfördelar i en servicekontext. Mer specifikt ger kursen en teoretisk och praktisk förståelse av hur konsumentdrivna marknadsföringsstrategier inom tjänster kan utvecklas med ett formgivningsperspektiv.

- Marknadsrätt, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)#

Kursen ger grundläggande kunskap i immaterialrätt och marknadsrätt med särskild inriktning mot detaljhandel. Inom ramen för kursen behandlar man ämne som t.ex. avtalsrätt, varumärkesrätt, designrätt och marknadsföringslagen.

- Företagsekonomi I - Ekonomistyrning och produktkalkylering, 7,5 hp, G1N

(obligatorisk)*

Kursen innefattar terminologi och grundläggande verktyg och modeller för ekonomistyrning och produktkalkylering. Kursen introducerar studenten till syftet med ekonomistyrning samt lär studenten applicera modeller och tekniker för produktkalkylering i olika situationer.

- Företagsekonomi I - Grundläggande finansiering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*

Kursen introducerar modeller för investeringsbedömning och finansiell planering. Studenten lär sig analysera finansiella rapporter och den finansiella prestationen för företag, samt att förbereda enklare finansiella planer för företag.

År 2

- Business Administration II - E-commerce, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen behandlar digitalisering inom detaljhandeln, främst ur perspektivet företag-till-kund. Kursen ger en djupare förståelse av internet som marknadsplats och e-handeln som fenomen.

- Business Administration II - IMC and Brand Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Detta är en kurs i integrerad marknadsföringskommunikation och varumärkeshantering med fokus på hur man bygger upp, mäter och hanterar varumärkestillgångar. Kursen ger studenterna en teoretisk och praktisk förståelse av varumärkesbyggande genom integrerad marknadskommunikation i en global konkurrenssituation.

- Digital Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om digital marknadsföring som företeelse, digitala beteende som värdeskapande och digitala kanaler som plattform för relationer. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av organisationers olika digitala marknadsföringsinitiativ.

- Business Administration II - Business Relations, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen fokuserar på hur företag och organisationer samarbetar för bättre konkurrenskraft och bättre värde för kunder. Fokus ligger alltså på marknadens företagssegment. Kursen ger begreppsverktyg för att analysera och utveckla strategier för marknadsföring mot företag baserat på relationer och nätverksmetoder.

- Retail Supply Chain Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen introducerar ämnet supply chain management inom detaljhandeln med fokus på hantering av efterfrågan, distribution, inköp och hållbarhet inom detaljhandeln.

- Business Administration II - Sensory Marketing, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen behandlar fysiska och fysiologiska perceptionsprocesser och effekten av sensoriska signaler på konsumentupplevelsen. Kursen ger mer specifikt en teoretisk och praktisk förståelse av hur sensoriska varumärkesstrategier kan utvecklas för att engagera konsumenter emotionellt genom sinnena.

- Statistik för marknadsföringsbeslut, 15 hp, G1N (obligatorisk)

Kursen ger en introduktion till statistik och sannolikhetlära som är användbar för studenter inom marknadsföring och företagsekonomi. Fokus är inställt på datorstödd databehandling med SPSS. Kursen skiljer sig från vanliga statistikkurser genom att fokus ligger på beräkning och presentation av data medan matematiska beräkningar ges mindre tonvikt. Särskilt fokus ligger på beskrivande statistik men en introduktion till inferentiell statistik ges också.

År 3

- Valfria kurser inkl. utlandsstudier, 30 hp, varav minst 7,5 hp måste vara utanför huvudområdet företagsekonomi

Denna termin kan studeras utomlands, vid Linnéuniversitetet eller annan svensk högskola/universitet. Terminen möjliggör en hel termin med kurser eller en kombination av kurser och praktik, t.ex. 15 hp vardera. Förkunskaper för kurser samt de lokala reglerna för examen vid Linnéuniversitetet måste alltid uppfyllas.

- Företagsekonomi III - Perspektiv på detaljhandelsforskning, 7.5 hp, G2F (obligatorisk)*

Kursen utforskar olika perspektiv på forskning inom detaljhandeln. Mer specifikt förmedlar kursen en teoretisk förståelse för hur forskning bedrivs och hur man utvecklar ett forskningsförslag inom området detaljhandeln.

- Företagsekonomi III - Forskningsmetoder, 7.5 hp, G2F (obligatorisk)*

Kursen är uppbyggd för att kunna hjälpa studenter att utveckla forskningsfärdigheter som är nödvändiga för att kunna ta sig an och slutföra sitt examensarbete. Mer specifikt kommer studenter införskaffa sig färdigheter inom både kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder och lära sig hur man rapporterar forskningsresultat (empirisk data), samt att dra slutsatser.

- Företagsekonomi III - Examensarbete (kandidat), 15 hp, G2E (obligatorisk)*

Kursens syfte är att genomföra ett självständigt examensarbete men hjälp av handledning inom detaljhandel och service management. Det slutgiltiga arbetet presenteras skriftligt i form av en vetenskaplig rapport, samt en muntlig presentation.

Vissa av kurserna på programmet samläses med studenter från andra program och fristående kurser, samt kan eventuellt ges i en annan ordning. Kurserna i programmet kan i samförstånd med programansvarig bytas ut mot motsvarande kurser inom programmets inriktning. Vid utbyte av kurs kontrollerar programansvarig att programmets mål fortfarande uppfylls.

* kurs i huvudområdet Företagsekonomi

kursen ges på svenska

Ett kandidatprogram på 180 hp måste, enligt Högskoleförordningen, innehålla minst 90 hp successiv fördjupning inom huvudområdet, varav ett examensarbete om minst 15 hp. För kompletterande information se den lokala examensordningen. Kurser som har getts tidigare vid samma programkod, EGDSM, kan också ingå i programmets examen och ersätter då kurs med likvärdigt innehåll.

Samhällsrelevans

Programmet har starka kopplingar till partner i näringslivet, vilket gör att studenterna får utveckla sina praktiska färdigheter under studierna. Under hela programmet kommer studenterna i regelbunden kontakt med aktiva inom fältet i form av gästföreläsningar, olika aktörers deltagande i verkstäder och seminarier liksom, eventuellt, självständigt projektarbete på ett företag inom detaljhandel eller service. Fallstudier används även ofta under föreläsningar för att illustrera kopplingarna mellan teori och situationer i näringslivet.

Internationalisering

Under termin 5 har studenterna möjlighet att studera utomlands på LNU:s partneruniversitet. Val av kurser ska göras i samråd med programansvarig eller studievägleddare/Internationell koordinator. Studenter kan även själva söka sig till utländska universitet som har eller inte har utbytessamarbetet. Kurslitteraturen är primärt på engelska och undervisningen i flera kurser är på engelska. Många utbytesstudenter kan därför förekomma på programmet vilket bidrar till att stärka den mångkulturella inlärningsmiljön.

Internationalisering är även viktigt för programmet i och med dess globala perspektiv på frågor om detaljhandel och service management. Detta förankras i den mest framstående internationella forskningen på viktiga teman inom programmet, internationella samarbeten med universitet och näringslivspartner samt studiebesök utomlands.

Perspektiv i utbildningen

Under utbildningen diskuteras regelbundet frågor om hållbar utveckling, genus och mångfald inom ramarna för programmet och dess kurser. Studenterna får öva på att analysera den långsiktiga utvecklingen för olika marknader och hur detta kan påverka affärsverksamheten i syfte att nå långsiktig ekonomisk hållbarhet. Sociala och etiska frågor inom näringslivet behandlas ur ett hållbarhetsperspektiv.

Många av programmets kurser präglas av ett genusperspektiv, i synnerhet de som behandlar organisation och ledarskap. Inom dessa kurser diskuteras bland annat hur genus struktureras inom ramarna för en organisation, liksom manliga och kvinnliga ledarskapsperspektiv. Utbildningen bedrivs generellt på ett sådant sätt att både mäns och kvinnors erfarenheter synliggörs och utvecklas.

Programmet präglas även av ett entreprenörsperspektiv, då flera kurser har praktiska moment som implementeras i samarbete med aktörer från olika branscher och organisationer. Studenterna har även möjlighet att börja utveckla sina egna företag under studierna, med stöd från Drivhuset och Kalmar Science Park.

Kvalitetsutveckling

Kontinuerlig utvärdering och förbättring av programmet sker bland annat genom universitetets kursvärderingar, där resultatet hanteras av programansvarig och programråd samt återkopplas till studenterna och sedan arkiveras. Programstudenterna medverkar aktivt i uppföljningen och utvecklingen av programmet genom programråd, samt via studentrepresentanter i den fakultetsgemensamma Utbildningskommittén. Alla Ekonomihögskolans program genomgår även kvalitetsgenomlysningar baserat på Association to Advance Collegiate Schools of Business' (AACSB) standarder, och alla huvudämnen genomgår kvalitetsutvärderingar via det nationella kvalitetssäkringssystemet m.h.a Universitetskanslersämbetet. Ekonomihögskolans fakultetsgemensamma kvalitetsplan styr bl.a. att en återkommande programgenomlysning genomförs och att kursvärderingarna följs upp. Vid den universitetsövergripande undersökningen Linnébarometern tillfrågas sistaårsstudenterna om deras upplevelse av sin utbildning relaterat till olika kvalitetsaspekter.

Examen

Efter avklarade studier som motsvarar de fordringar som finns angivna i Högskoleförordningen och i den lokala examensordningen för Linnéuniversitet kan studenten ansöka om examen. De som har fullföljt programmet Detaljhandel och Service Management kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot Detaljhandel och Service Management (Huvudområde: Företagsekonomi)

Bachelor of Science with specialisation in Retail and Service Management

Main field of Study: Business Administration

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

Övrigt

För tillträde till kurserna inom programmet krävs att de särskilda behörighetskrav som anges i kursplanerna är uppfyllda vid kursstart. I de fall kursen har undervisningsspråk engelska kommer även kursens examinationer att ges/ske på engelska.