



Utbildningsplan

Ekonomihögskolan

Retail Management, 180 högskolepoäng

Retail Management Programme, 180 credits

Nivå

Grundnivå

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd av Ekonomihögskolan 2019-12-11

Senast reviderad 2021-12-15

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2022

Förkunskaper

Grundläggande behörighet + Engelska 6, Matematik 2a alt. Matematik 2b alt. Matematik 2c och Samhällskunskap 1b alt. Samhällskunskap 1a1 + 1a2.

Programbeskrivning

Programmet *Retail Management* utrustar studenterna med kunskap om att skapa och leda företag inom handel, både i Sverige och utomlands. Engelska är därför ett viktigt arbetspråk. Programmets studenter uppmuntras till att skapa och designa om affärsstrategier inom handel för alla de stora utmaningar som kommer av globalisering, teknik och nya konsumenttyper. Vid programmets slut ska studenten ha tillägnat sig grundläggande och avancerade företagsekonomiska kunskaper för att skapa tillväxt i dynamiska företagsmiljöer inom handel. 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 kundservice, vilket öppnar upp för goda anställningsmöjligheter inom en mängd olika branscher och områden, nämligen affärsutvecklare, butikshefer, category managers, key account managers, projektledare, business controller, customer insights analysts, konsulter inom handel samt entreprenörer, bland många andra.

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 samla in, utvärdera och kritiskt tolka relevant information för problem relaterade till detaljhandeln och sätta dem i ett sammanhang.
- Visa förståelse för hur detaljister kan dra nytta av att tillämpa teorier som är särskilt relevanta för hantering av detaljhandel.

Programspecifika mål

- visa förmåga att samla in, utvärdera och kritiskt tolka relevant information för problem relaterade till detaljhandeln och sätta dem i ett sammanhang.
- visa förståelse för hur detaljister kan dra nytta av att tillämpa teorier som är särskilt relevanta för hantering av detaljhandel.

Detta överensstämmer med de lärandemål 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 Retail Management består av 180 högskolepoäng och motsvarar därmed tre års heltidsstudier. Företagsekonomi med fokus på ledarskap, marknadsföring, innovation och digitalisering genomsyrar hela programmet och behandlar hela området av handel.

Under det första året introduceras studenterna till grunderna i organisation och

ledarskap, marknadsföring, kalkylering och budgetering, affärsredovisning, liksom grundläggande kunskaper i konsumentbeteende, marknadsföringsrätt, kundstyrda marknadsföringsstrategier samt retail management.

Under det andra året fördjupas de företagsekonomiska kunskaperna med särskild tonvikt på innovation, handelns försörjningskedjor och statistik för marknadsbeslut. Fokus läggs även på varumärkeshantering och integrerad marknadskommunikation, digitalisering och sinnesmarknadsföring.

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

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. Kurser inom programmet kan komma att ges på engelska.

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.

- Företagsekonomi I - Affärsredovisning och budgetering, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*,

Kursen behandlar grundläggande budget och redovisningssystem och dess roll i företag och organisationer när det gäller planering och kontroll av verksamheten. I kursen lär sig studenterna grundläggande kunskaper i affärsredovisning och budgetering, vilket även innefattar principer, praxis och lagar, samt får möjlighet att använda datorstöd inom redovisning.

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

Kursen behandlar grundläggande ekonomistyrning och dess roll i företag och organisationer. I kursen lär sig studenterna tillämpa grundläggande kunskaper inom enklare produkt och investeringskalkylering, göra enklare analyser inom standardkostnadsavvikelse och använda datorstöd inom kalkylering.

- Consumer Behaviour, 7,5 hp, G1F (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.

- 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.

- Customer-Driven Marketing Strategies, 7,5 hp, G1N (obligatorisk)*

Kursen i kundfokuserad marknadsföringsstrategi behandlar flertalet trender inom handel samt implikationer av innovation, kvalitet, hållbarhet, etik och andra kritiska element som krävs för att designa och värdera innovativa kundresor. Mer specifikt ger den här kursen studenterna en teoretisk och praktisk förståelse för hur kundfokuserade marknadsföringsstrategier kan utvecklas genom ett designtänkande.

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

Kursen behandlar retail management med fokus på strategier och marknadsmix inom handel. Mer specifikt ger kursen studenterna en teoretisk och praktisk förståelse för hur man designar och implementerar en affärsplan inom handel på lokala och internationella marknader.

År 2

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

Kursen syftar till att ge studenten kunskap om e-handel som företeelse, Internet som handelsplats och information som produkt/tjänst. Kursen syftar också till att ge studenten möjlighet att applicera teoretiska ramverk i en praktisk kontext i form av analys av företags olika e-handelsinitiativ.

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

Integrated marketing communications and brand management är en kurs som behandlar hur varumärkens värde byggs, mäts och hanteras. Vidare förser kursen studenten med en teoretisk och praktisk förståelse för hur varumärken skapas genom integrerad marknadskommunikation i en globalt konkurrensutsatt omvärld.

- 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 - Innovation Management, 7,5 hp, G1F (obligatorisk)*

Kursen erbjuder ett strategiskt och integrerat förhållningssätt för innovationshantering inom handel. Mer specifikt fokuserar kursen på att identifiera innovationsmöjligheter, formulera och designa innovationsstrategier och bedöma och lösa ledningsutmaningar.

- 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 sinnen.

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

Kursen ger en introduktion till statistik och sannolikhetslära som är användbar för studenter inom marknadsföring och företagsekonomi. Fokus är inställd 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 forskning inom handel, 7,5 hp, G2F (obligatorisk)*

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

- 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 service management/retail 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.

* kurs i huvudområdet Företagsekonomi

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, EGRTM, 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 workshops 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. 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 handeln. Detta förankras i den mest framstående internationella forskningen på viktiga teman inom programmet, samt genom internationella samarbeten med universitet och näringslivspartners.

Hållbar samhällsutveckling

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 avslutade 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 Retail Management kan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med inriktning mot Retail Management
(Huvudområde: Företagsekonomi)

Bachelor of Science with specialisation in Retail 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 på engelska.

Vid eventuella avvikelser mellan svensk och engelsk version av denna utbildningsplan är den svenska överordnad.