



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

KSMB44, Retail Management - plats- och affärsrelationer, 15 högskolepoäng

*Retail Management - Place Relations and Business Relations, 15
credits*

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2015-11-11 att gälla från och med 2016-01-01, vårterminen 2016.

Allmänna uppgifter

Kursen är en obligatorisk kurs inom kandidatprogrammet för service management och ges fjärde terminen.

Undervisningsspråk: svenska
Moment på engelska kan förekomma.

Huvudområde

Service management

Fördjupning

G1F, Grundnivå, har mindre än 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten

Kunskap och förståelse

- visa kunskap om hur handelsföretag bygger upp långsiktiga relationer med kunder och leverantörer,
- visa grundläggande kunskap om handelsföretagets försörjningskedjor och styrningen av dessa kedjor,
- visa förståelse för hur sambandet mellan handel, stadsmiljö och lokalisering fungerar,
- visa förståelse för vilka faktorer som påverkar handelsföretagets lönsamhet och produktivitet samt hur ledningen för handelsföretag kan influera dessa faktorer samt

- visa kunskap om handelns struktur i form av olika marknadskanaler med deras nätverk samt inomorganisatoriska och interorganisatoriska relationer.

Färdighet och förmåga

- visa förmågan att redogöra för och kritiskt granska samverkan mellan handelsföretag och det omgivande samhället samt kunna utföra enkla lokaliseringsanalyser,
- visa förmåga att i grupp självständigt genomföra ett uppsatsarbete; kunna genomföra och presentera en teorigenomgång inom ramen för kursens tema, kunna använda och diskutera forskningsmetoder på ett vetenskapligt sätt, visa förmåga att använda och analysera empiriskt material och med hjälp av detta besvara en problematiserande frågeställning samt
- visa förmåga att muntligen och skriftligen kunna kommunicera resultatet av uppsatsarbetet.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- visa vetenskapligt förhållningssätt och förståelse för gängse normer för akademiskt skrivande.

Kursens innehåll

Kursens syfte är att studenten ska nå kunskap om samverkansrelationer inom handelns olika former av nätverk. I detta ingår att strategiska frågor ovanför butiksnivån behandlas, som relationer med intressenter, marknadskanalens utformning, logistik, stadsbyggnad och lokaliseringsbeslut.

Kursen bygger på ett flervetenskapligt synsätt där material från flera ämnesområden integreras för att belysa plats- och affärsrelationer som är betydelsefulla för detaljhandeln. Ämnen som etablering/lokalisering, logistik och strukturutveckling belyses under medverkan från partnerföretag. Exkursioner genomförs för att göra det möjligt att studera handel i olika geografiska miljöer.

I det avslutande uppsatsarbetet fördjupar studenten sig i ett valfritt tema som knyter an till något eller några av de moment som tidigare behandlats.

Kursens genomförande

Undervisningen består av föreläsningar, gästföreläsningar, exkursion, seminarier och handledning i samband med uppsatsarbete.

Deltagande i exkursion, seminarier och gästföreläsningar är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

Kursens examination

Kursen examineras genom ett individuellt skriftligt prov (omfattande 8 högskolepoäng) och ett uppsatsarbete (omfattande 7 högskolepoäng) genomfört i

grupp som seminariebehandlas.

Handledningstiden är begränsad till den termin studenten först registrerades på kursen. Undantag kan göras om särskilda skäl föreligger.

I samband med kursen erbjuds tre provtillfällen; ordinarie prov, omprov och uppsamlingsprov. Inom ett år efter kursens slut erbjuds minst två ytterligare provtillfällen på samma kursinnehåll. Därefter erbjuds studenten ytterligare provtillfällen men i enlighet med då gällande kursplan.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd. För betyget godkänd krävs att studenten uppfyller de lärandemål som anges för kursen. För betyget väl godkänd krävs att studenten visar särskild teoretisk medvetenhet och analytisk förmåga.

De två betygsgrundande examinationerna skriftligt prov och uppsatsarbete ger poäng enligt en skala 0-5. Respektive examinationsmoment kan ges högst 5 poäng. Betygspoäng 0 motsvarar underkänt (U), betygspoängen 1-3 godkänt (G) och betygspoängen 4-5 väl godkänt (VG). De två betygsgrundande examinationerna skriftligt prov och uppsatsarbete vägs samman enligt följande: (betyg på skriftligt prov + betyg på uppsatsarbete)/2. Om genomsnittsbetyget är 3,5 eller högre erhålls betyget väl godkänd under förutsättning att båda examinationsmomenten har som lägst tilldelats betyget G3.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten har fullgjort kursfordringar om minst 45 högskolepoäng i huvudområdet service management från programmets första år inklusive Service management: Introduktion till service management och tjänstvetenskap, KSMA11, 15 högskolepoäng.

Övrigt

Kursen ersätter Retail Management - plats- och affärsrelationer, KSMA44, 15 högskolepoäng.

Prov/moment för kursen KSMB44, Retail Management - plats- och affärsrelationer

Gäller från V16

- 1501 Skriftligt prov, 8,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1502 Uppsatsarbete, 7,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd