



LUNDS
UNIVERSITET

KSMA63, Retail management: Kreativitet och affärsutveckling, 15,0 högskolepoäng

Retail management: Creativity and business development, 15.0 credits

Grundnivå/First Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management 2012-10-16 att gälla från och med 2013-01-01.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100%

Ansvarig institution: Inst för Service Management

2. Allmänna uppgifter

Kursen ingår inte i ett huvudområde. Kursen ingår i kandidatprogrammet i Service Management och är den tredje inriktningsspecifika kursen inom Retail Management och ges sjätte terminen.

3. Mål

Efter genomgången kurs ska studenten

- visa förståelse och kunskap om de samhälleliga, kulturella och ekonomiska villkor som föranleder kreativitet, entreprenörskap och innovationsskapande,
- kunna reflektera och analysera kring hur begreppen kreativitet, innovation och omvärldsanalys kan kopplas till retailbranschen med betoning på tjänste- och affärsutveckling,
- visa förmåga att analysera skilda retailverksamheters specifika behov och möjligheter till tjänsteutveckling samt att kunna åskådliggöra detta i muntlig och skriftlig form och
- visa förmåga att i grupp med hjälp av en affärsplan visa hur ett utvecklingsprojekt kan planeras, finansieras och genomföras.

4. Innehåll

Syftet med kursen är att studenten ska få förståelse för detaljhandelns krav på utveckling och förnyelse. Eftersom kursen är den tredje inriktningskursen inom retail är kopplingen mellan tidigare förvärvad kunskap och ny kunskap av stor betydelse för lärandeprocessen. Centralt i kursens lärandemål och upplägg är kreativitet, innovationer, omvärldsanalys, trender samt affärsutveckling. Studenten ska också tillägna sig en god insikt i praktisk utveckling av butikskoncept som helhet.

Kursen inleds med ett individuellt uppsatsarbete i vilket studenten behandlar en aspekt av kreativitet/entreprenörskap/innovationer ur ett detaljhandelsperspektiv. Till stöd för uppsatsarbetet ges föreläsningar och handledning. Uppsatsarbetet omfattar 8 hp.

Kursens andra del består av ett större projektarbete som syftar till att upprätta en enklare affärsplan för ett butikskoncept. I denna affärsplan ska kunskaper från stora delar av hela utbildningen tillämpas. Denna del omfattar 7 hp och examineras genom ett projektarbete skrivet i grupp.

5. Undervisning och examination

Undervisningen består av föreläsningar, handledning, gästföreläsningar och seminarier. Deltagande i gästföreläsningar och seminarier är obligatoriskt.

Kursen examineras genom individuella skriftliga redovisningar samt genom ett projektarbete i grupp som redovisas både muntligt och skriftligt.

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.

6. 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 lärandemålen är särskilt väl tillgodosedda.

7. Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten fullgjort kursfordringarna för den andra inriktningsspecifika kursen inom kandidatprogrammet i Service Management, Retail Management.

8. Litteratur

Se bilaga.

9. Övrigt

Undervisningsspråk: Svenska.

Litteraturlista för Retail management: Kreativitet och affärsutveckling, 15 hp (KSMA63)

Fastställd av styrelsen för institutionen för Service Management 2012-10-16.

Litteraturlistan börjar gälla 2013-01-01.

- Eskilsson, Lena & Fredriksson, Cecilia (2010). *Butiken. Upplevelse, organisering och plats*. Malmö: Liber. [56 sidor. ISBN 978-91-47-094999-8]
- Krafft, Manfred & Mantrala, Murali K. (2010). *Retailing in the 21st century*. Heidelberg: Springer. [462 sidor. ISBN 978-3-540-72001-0] (E-bok tillgänglig via kursbiblioteket)
- Kubr, Thomas, Ilar, Daniel & Heinz, Marchesi (2005). *Affärsplanering. En handbok för nya tillväxtföretag*. Stockholm: Ekerlids. [289 sidor, ISBN 9789170920424]
- Landström, Hans & Löwegren, Marie. (2009). *Entreprenörskap och företagsetablering. Från idé till verklighet*. Lund: Studentlitteratur. [453 sidor, ISBN 978-91-44-02147-8]
- Thufvesson, Ola (2006). *Kreativitetens yttre villkor: miljöer, rörlighet och nobelpristagare*. Lund, Institutionen för kulturgeografi och ekonomisk geografi, Lunds universitet. [203 sidor, ISBN 9197499846]
- Thufvesson, Ola, Johnson, Anders & Johansson, Lotta (2010). *Den kreativa entreprenören i nordvästra Skåne förr och nu*. Helsingborg, Framtidskommittén. 107 sidor.
- Wahlström, Bengt (2004). *Ordning & oreda: omvärldsanalys för beslutsfattare*. Malmö: Liber. [285 sidor. ISBN 9789147073627]

Vid sidan av ovan angiven litteratur tillkommer valbar ämnesfördjupande litteratur i samband med uppsatsarbetet omfattande minst 300 sidor (varav minst tre vetenskapliga artiklar).

Totalt antal sidor är ca 2150