



LUNDS
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

KSMA23, Retail Management - butiken, 15,0 högskolepoäng
Retail Management - the Store, 15.0 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management 2010-10-27 och senast reviderad 2012-12-20. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2013-01-01.

Allmänna uppgifter

Kursen ingår inte i huvudområdet. Kursen ingår i kandidatprogrammet för Service Management och är den första inriktningsspecifika kursen inom Retail Management på andra terminen.

Undervisningspråk: Svenska

Huvudområde

Fördjupning

-

GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

Mål

Efter genomgången kurs ska studenten

- visa grundläggande kunskap om och förståelse för butikens skiftande betydelse inom olika kulturella, ekonomiska och historiska detaljhandelskontexter,
- visa kunskap om och insikt i hur olika affärsidéer och butiksprofiler gestaltas i butikens fysiska utformning,
- visa kunskap om och insikt i hur butikens ekonomi skapas, i ett samspel med olika interna och externa förhållanden,
- visa grundläggande kunskap om butiksutformningens betydelse för olika affärsidéer och kundprofiler samt hur dessa kommuniceras med utgångspunkt i begreppen profil, image och identitet,
- visa kunskap om butiken som medium och dess implikationer för ledning och

marknadsföring,

- visa hur samspelet personalen emellan och i "backoffice" kan gestaltas och hur det samspekar med servicemöte och kundinteraktion samt butikens ledarskap,
- visa förmåga att reflektera kring hur olika upplevelser skapas och uppfattas i butik, samt analysera detta utifrån perspektiv som omfattar butiksutformning, organisation och interaktion samt
- förmåga att självständigt samla in ett empiriskt material, samt redogöra för detta material i tal och skrift.

Innehåll

Kursens syfte är att studenten ska tillägna sig grundläggande kunskap om och förståelse för butiken som begrepp, tjänsteföretag och upplevelserum inom olika detaljhandelskontexter. Studenten får också en introduktion till retailbranschen genom bland annat gästföreläsningar med olika aktörer.

Vidare diskuteras betydelsen av butikens utformning i relation till kundernas upplevelser och köpbeteenden. Här ingår moment som behandlar flödesteori, arkitektur, miljöpsykologi, service och design, samt reflektioner kring butiken som upplevelserum. Prissättning och sortiment liksom andra för butiken viktiga konkurrensmedel analyseras.

Undervisning och examination

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

Kursen examineras genom individuellt reflektionspapper (1 hp), individuellt prov (8 hp) och projektarbete i grupp (6 hp).

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

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.

Förkunskapskrav