



LUNDS
UNIVERSITET

KSMA44, Retail Management - plats- och affärsrelationer, 15,0 högskolepoäng

Retail Management - Place Development and Business Relations, 15.0
credits

Grundnivå/First Cycle

1. Fastställande

Kursplanen är fastställd av Samhällsvetenskapliga fakultetens styrelse 2011-12-15 och senast reviderad 2013-01-02 av Styrelsen för institutionen för service management. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2013-01-21.

Utbildningsområde: Samhällsvetenskapligt 100%

Ansvarig institution: Inst för Service Management

2. Allmänna uppgifter

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

Huvudområde

Fördjupning

-

GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

3. Mål

Efter genomgången kurs ska studenten

- kunna redogöra för och kritiskt granska samverkan mellan handelsföretag och det omgivande samhället samt kunna utföra enkla lokaliseringsanalyser
- visa kunskap om hur långsiktiga relationer med kunder och leverantörer byggs upp
- kunna analysera handelns struktur i form av olika marknadskanaler med deras nätverk samt inomorganisatoriska och interorganisatoriska relationer

- 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
- visa förmåga att muntligen och skriftligen kunna kommunicera resultatet av uppsatsarbetet.

4. 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 studenterna sig i ett valfritt tema som knyter an till något eller några av de moment som tidigare behandlats.

5. Undervisning och examination

Undervisningen består av föreläsningar, gästföreläsningar, exkursion, uppsatsseminarium och handledning i samband med uppsatsarbete. Deltagande i exkursion, uppsatsseminarium och gästföreläsningar är obligatoriskt.

Kursen examineras genom en individuell tentamen (omfattande 8 hp) och ett uppsatsarbete (omfattande 7 hp) genomfört i grupp som seminariebehandlas.

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 första inriktningsspecifika kursen.

8. Litteratur

Se bilaga.

9. Övrigt

Undervisningsspråk: Svenska.

Litteraturlista för Retail management - plats- och affärsrelationer, 15 hp (KSMA44)

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management 2011-10-27 och reviderad 2013-01-02.

Litteraturlistan börjar gälla den 2013-01-02.

- Eskilsson, Lena & Fredriksson, Cecilia (red.) (2010) *Butiken – Upplevelse, organisering och plats*. Malmö: Liber. [Utdrag ca 100 sidor. ISBN 978-91-47-09499-8]
- Fernie, John & Sparks, Leigh (2009) *Logistics & Retail Management: Emerging Issues and New Challenges in the Retail Supply Chain*. London: Kogan Page Ltd. [284 sidor, ISBN9780749454074]
- Hernant, Mikael & Boström, Margareta. (2010). *Lönsamhet i butik. Samspelet mellan butikens marknadsföring, kundernas beteende och lokal konkurrens*. Malmö: Liber. [428 sidor. ISBN978-91-47-09498-1]
- Jacobs, Jane. (2005). *Den amerikanska storstadens liv och förfall*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB. [478 sidor, ISBN 978-91-71-73216-3]
- McGoldrick, Peter. (2002). *Retail marketing*. London: McGraw-Hill. [Utdrag ca 40 sidor, ISBN 0-07-709250-3]
- Söderlind, Jerker. (1998). *Stadens renässans: Från särhülle till samhälle: om närhetsprincipen i stadsplaneringen*. Stockholm: SNS. [Utdrag ca 150 sidor, ISBN 91-7150-628-4]
- Thufvesson, Ola. (2009). *Platsutveckling*. Helsingborg: Plattformen, Helsingborgs stad. [143 sidor, ISBN 978-91-85663-03-3]
- Öberg, Martin (2008). *Stadskärnehandbok för morgondagen. Om konsten att utveckla attraktiva stadskärnor*. Stockholm: Fastighetsägarna Sverige AB. [64 sidor, ISBN 978-91-977133-1-3]

Kompendium med lagtext mm, omfattande 100 sidor tillkommer.

Kompendium med artiklar beträffande vertikala marknadssystem, förtroende, logistik, profilbutiker mm, omfattande 350 sidor tillkommer.

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: 2 400