

SMMP24, Marknadsföring och varumärkesbyggande inom retail, 7,5 högskolepoäng

Marketing and Branding in Retail, 7.5 credits
Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2014-02-11 att gälla från och med 2014-02-17, höstterminen 2014.

Allmänna uppgifter

Kursen kan inte ingå i ett huvudområde. Kursen ingår i masterprogrammet i service management och ges andra terminen.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

-

Fördjupning

A1F, Avancerad nivå, har kurs/er på avancerad nivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Efter genomgången kurs ska studenten kunna:

- undersöka marknadsföring och varumärkesbyggande i en detaljhandelskontext med hjälp av kvalitativa metoder
- kritisk analysera och diskutera marknadsföring och varumärkesbyggande i en detaljhandelskontext med stöd av sociokulturella teorier.
- utforma marknadsförings- och varumärkesstrategier i en detaljhandelskontext med stöd av sociokulturella teorier

Kursens innehåll

Kursen skapar fördjupad kunskap om marknadsföring och varumärkesbyggande inom detaljhandeln utifrån ett socio-kulturellt perspektiv.

Kursen delas upp i följande moment:

1. Retail och socio-kulturell teori-seminarier (2 Hp)

Litteraturseminarier där kurslitteraturen diskuteras och ett mindre grupparbete kopplat till kurslitteraturen utförs.

2. Retail och kvalitativ metod-seminarier (1 Hp)

Metodfokuserade seminarier där studenterna ges i uppgift att i grupp undersöka ett retailfenomen.

3. Individuellt forskningsprojekt (4,5 Hp)

Ett självständigt arbete där studenterna får i uppgift att genomföra ett mindre kvalitativt fältarbete och sedan analysera materialet med hjälp av kurslitteraturen.

Kursens genomförande

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier och handledning.

Kursens examination

Kursen examineras i form av skriftliga inlämningsuppgifter.

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

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Som betyg används någon av beteckningarna A, B, C, D, E eller Underkänd. Högsta betyg betecknas med A och lägsta betyg för godkänt resultat med E. Betyg för icke godkänt resultat betecknas med Underkänd.

Studentens resultat bedöms utifrån kursens lärandemål. För betyget E ska studenten visa tillräckligt resultat. För betyget D ska studenten visa ett tillfredsställande resultat. För betyget C ska studenten visa ett bra resultat. För betyget B ska studenten visa ett mycket bra resultat. För betyget A ska studenten visa ett utmärkt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

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

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen ska studenten ha fullgjort kursfordringar om 30 hp inom masterprogrammet i service management (SASMA).

Prov/moment för kursen SMMP24, Marknadsföring och
varumärkesbyggande inom retail

Gäller från V14

- 1401 Skriftlig uppgift 1, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1402 Skriftlig uppgift 2, 1,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 1403 Skriftlig uppgift 3, 4,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A