Samhällsvetenskapliga fakulteten

SMMS24, Retail Marketing: Ett sociokulturellt perspektiv, 7,5 högskolepoäng

Retail Marketing: A Socio-Cultural Perspective, 7.5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2016-02-10 och senast reviderad 2016-02-10. . Den reviderade kursplanen gällde från och med 2016-03-01. , vårterminen 2016.

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

Kunskap och förståelse

- uppvisa förståelse för och kunskap om olika sociokulturella teorier och deras applikation för marknadsföring i en detaljhandelskontext.

Färdighet och förmåga

- undersöka marknadsföringsstrategier och -praktiker i en detaljhandelskontext med hjälp av kvalitativa metoder,
- utforma marknadsföringsstrategier och -praktiker i en detaljhandelskontext med stöd av sociokulturella teorier.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- förhålla sig kritiskt till och värdera marknadsföringsstrategier och -praktiker i en detaljhandelskontext med stöd av sociokulturella teorier.

Kursens innehåll

Kursen skapar fördjupad kunskap om marknadsföring inom detaljhandeln utifrån ett sociokulturellt perspektiv.

Kursen delas upp i följande moment:

1 Retail och sociokulturella teoriseminarier (1 högskolepoäng)

Litteraturseminarier där studenten ges i uppgift att i grupp analysera, syntetisera och presentera utvald kurslitteratur.

2 Retail och kvalitativa metodseminarier (1 högskolepoäng)

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

3 Individuellt forskningsprojekt (5,5 högskolepoäng)

Ett självständigt arbete där studenten 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.

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

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 att kursen genomgått en större förändring eller upphört 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.

Från betygsskalan ovan undantas moment 1 och 2. Som betyg för dessa moment används någon av beteckningarna Godkänd eller 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 högskolepoäng inom masterprogrammet i service management (SASMA).

Övrigt

Kursen ersätter Marknadsföring och varumärkesbyggande inom retail, SMMR24, 7,5 högskolepoäng, och kan inte ingå i samma examen.

Prov/moment för kursen SMMS24, Retail Marketing: Ett sociokulturellt perspektiv

Gäller från V16

1601 Skriftlig uppgift 1, 1,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
1602 Skriftlig uppgift 2, 1,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
1603 Skriftlig uppgift 3, 5,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A