

**SMMV24, Retail marketing: Teoretiska perspektiv och
begrepp, 7,5 högskolepoäng**
Retail Marketing: Theoretical Perspectives and Concepts, 7.5 credits
Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2019-09-30 och senast reviderad 2020-09-16. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2021-01-18, vårterminen 2021.

Allmänna uppgifter

Kursen ingår i masterprogrammet för service management och är den tredje inriktningsspecifika kursen inom inriktningen Retail och ges andra terminen.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Service management

Fördjupning

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

Kursens mål

För godkänt resultat på kursen ska studenten

Kunskap och förståelse

- uppvisa fördjupad förståelse för och kunskap om olika perspektiv inom marknadsföring och mer specifikt retail marketing,
- kunna redogöra för och jämföra olika teoretiska perspektiv inom retail marketing,
- kunna definiera och diskutera centrala begrepp relaterade till marknadsföring i en detaljhandelskontext, med särskilt fokus på teoretiska perspektiv i förhållande till varumärke och kundupplevelse.

Färdighet och förmåga

- studera företeelser med anknytning till marknadsföring i en detaljhandelskontext inom ett valt tema
- analysera en detaljhandelskontext utifrån olika teoretiska perspektiv inom retail marketing

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- förhålla sig kritiskt till och värdera marknadsföringsstrategier i en detaljhandelskontext.

Kursens innehåll

Kursens syfte är att studenten ska utveckla en fördjupad kunskap om marknadsföring inom detaljhandeln utifrån olika teoretiska perspektiv, med särskild inriktning på teoretiska perspektiv i förhållande till varumärke och kundupplevelse.

Kursen består av följande två moment:

1 Seminarier i retail marketing (2 högskolepoäng): Under detta moment diskuteras olika teoretiska perspektiv på marknadsföring, med särskild inriktning på teoretiska perspektiv i förhållande till varumärke och kundupplevelse.

2 Individuellt projekt (5,5 högskolepoäng): Under detta moment fördjupar sig studenten i en vald tematik inom retail marketing. Exempel på sådana kan vara: hållbarhet, digitalisering, varumärkesstrategi, konsumenters upplevelser i relation till service och shopping.

Kursens genomförande

Undervisning sker i form av föreläsningar, seminarier, workshoppar 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 individuella seminarieuppgifter (2 högskolepoäng) och ett individuellt projektarbete 5,5 högskolepoäng).

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.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

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

Från betygsskalan ovan undantas modulkod 2001. Som betyg för denna modulkod 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 studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen ska studenten inför programtermin 2 ha fullgjort 15 högskolepoäng inom masterprogrammet i service management.

Prov/moment för kursen SMMV24, Retail marketing: Teoretiska perspektiv och begrepp

Gäller från V20

- 2001 Individuella seminarieuppgifter, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 2002 Individuellt projektarbete, 5,5 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A