

BUSN36, Företagsekonomi: Handelns organisering och marknadsföring, 5 högskolepoäng

Business Administration: Retail Management, 5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Institutionsstyrelsen vid Företagsekonomiska institutionen 2015-04-09 att gälla från och med 2015-09-01, höstterminen 2015.

Allmänna uppgifter

Kursen är en valbar kurs inom magisterprogrammen Master in International Marketing and Brand Management och Master in Globalisation, Brands and Consumption.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Företagsekonomi

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Visar förståelse för detaljhandelns roll i marknadssystemet. (1)
- Har en god kunskap om och förståelse för perspektiv och begrepp som relaterar till handelsnäringens organisering och marknadsföring. (2)
- Har en god kunskap om aktuella utmaningar och möjligheter som ligger för den som arbetar med att utveckla handelsnäringens organisering och marknadsföring. (3)

Färdighet och förmåga

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Har förmågan att på egen hand behärska den vokabulär och de marknadsföringsverktyg som tas upp på kursen och som relaterar till handelsnäringens organisering och marknadsföring. (4)
- Kan förstå, analysera och tillämpa perspektiv och begrepp som relaterar till handelns organisering och marknadsföring och de praktiska utmaningar som finns i handelsnäringen. (5)
- Har förmågan att på engelska och såväl skriftligt som muntligt föra en diskussion och kommunicera kring handelsnäringens utmaningar. (6)
- Kan självständigt och som del av en grupp med studenter från olika kulturer arbeta med problemlösning och mer omfattande projekt och uppgifter. (7)

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- Har förmågan att välja ut och förhålla sig till teori som relaterar till handelsnäringens organisering och marknadsföring. (8)
- Kan förhålla sig till och kritiskt granska de delar av forskningsfältet som tas upp på kursen och olika praktiker som relaterar till handelsnäringens organisering och marknadsföring. (9)

Kursens innehåll

Kursen avser introducera studenten i handelsnäringens marknadsföring och organisering och detaljhandelns särdrag, exempelvis genom att belysa skillnaden mellan handelsföretag och varuproducerande företag och/eller tjänsteföretag. Handeln är en dynamisk och mångfacetterad näring med stark konkurrens, och en näring där några av världens ledande företag sett dagens ljus. Kursen har som målsättning att ge en inblick i ett antal aktuella teman i handelsnäringen som forskningsfält.

Kursens genomförande

Kursen kombinerar praktiska (gästföreläsare) och teoretiska perspektiv (traditionella seminarier och föreläsningar) på handelsnäringens organisering och marknadsföring. Teman som kommer att behandlas är bland annat; handelsföretagens marknadsföring och internationalisering, handelsföretagets roll i distributionssystemet, inköp och leverantörsrelationer, affärsetik och hållbarhetsutveckling, e-handel och multikanalsutveckling. Genom fallstudier kommer studenterna att få möjlighet att utveckla sin förmåga att analysera och lösa praktiska problem kopplade till handelsnäringens organisering och marknadsföring.

Kursens examination

Lärandemålen 1,2,3,4,6,7 och 9 examineras genom en individuell skriftlig uppgift som bygger på kurslitteraturen och kursens föreläsningar (2 hp, 40 % av totalbetyget).

Lärandemålen 1,2,3,5,6,7 och 8 examineras genom en gruppuppgift som bygger på ett praktikfall (3hp, 60 % av totalbetyget).

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

Betyg

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

Betyg (Benämning) Poäng alt. % av maxpoäng. Karakteristik.

A (Utmärkt) 85-100. Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) 75-84. Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) 65-74. Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) 55-64. Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräckligt) 50-54. Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

U (Otillräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Enskilda examinationsmoment i kursen kan ha betygsskala GU (godkänt/underkänt).

Lunds universitet ser allvarigt på fusk och plagiat och disciplinära åtgärder vidtas emot studenter som misstänks vara inblandade i någon form av fusk och/eller plagiat.

Förkunskapskrav

Studenter som är antagna till magisterprogrammen, där denna kurs är ett valbart alternativ, kan antas till kursen. För andra studenter gäller avklarade studier om minst 60 HP i Företagsekonomi innefattande en grundkurs i ämnet som exempelvis grundkursen FEKA90 Grundkurs i företagsekonomi, eller motsvarande.

Övrigt

Vid nedläggning av kursen: Vid nedläggning av kursen kommer, inom tre terminer efter kursens nedläggning, att erbjudas tre extra tillfällen för examination av respektive examinationsmoment i kursen till studenter med inte godkänt resultat. Observera att efter detta kan du få intyg bara på de examinationsmoment som du är klar med.

Prov/moment för kursen BUSN36, Företagsekonomi: Handelns organisering
och marknadsföring

Gäller från H15

- 1501 Individuell uppgift, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A
- 1502 Gruppuppgift, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A