

Samhällsvetenskapliga fakulteten

**KSMA44, Retail Management - plats- och affärsrelationer,
15,0 högskolepoäng**
*Retail Management - Place Development and Business Relations,
15.0 credits*
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är en historisk, äldre version, faställd av Samhällsvetenskapliga fakultetens styrelse 2011-12-15 och senast reviderad 2013-01-02 av Styrelsen för institutionen för service management. Den reviderade kursplanen gällde från och med 2013-01-21.

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.

Undervisningsspråk: Svenska

Huvudområde Fördjupning

- GXX, Grundnivå, kurs/er som inte kan klassificeras

Kursens 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.

Kursens 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.

Kursens genomförande

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

Kursens examination

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.

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.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs att studenten fullgjort kursfordringarna för den första inriktningsspecifika kursen.