



VHL 3688 Service- og verdibasert ledelse i varehandelen

Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (3. år)

Kursansvarlig

Odd Gisholt

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Vår

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Varehandelen befinner seg i en tid med store endringer i de fleste detaljistbransjer. Forandringer i kundebehov og kjøpsmønster, teknologiske endringer, vareflyt og styring og, ikke minst, miljøkrav og globalisering av varehandelsaktører, er bare noen av kjennetegnene. Parallelt øker den interne kompleksiteten med nye kommunikasjons- styrings- og organisasjonsformer og nye krav til ledelse.

Dette innebærer at dagens ledere i varehandelen må ha inngående kunnskap om hvilke egenskaper og forhold som er avgjørende for å skape fremragende og varige resultater for en virksomhet. Det handler om en grunnleggende forståelse for at det er komplekse mellommenneskelige systemer og prosesser som avgjør om vi mennesker kan fungere godt sammen, nå våre mål, skape tilfredse kunder og dermed gode resultater. Hvem vi er, hvilke verdier vi har, og hvordan vi etterlever disse er avgjørende for utfallet.

Læringsmål

Kunnskapsmål

I kurset skal studentene lære at service- og verdibasert ledelse handler om å konsentrere oppmerksomheten om hvordan de ansatte i sitt møte med kunden gir merkenavnet et innhold som skiller virksomheten fra andre og gir konkurransefortrinn.

Dette innebærer kunnskap innen følgende områder:

- Grunnleggende forståelse for hvilke nye lederutfordringer handels- og servicevirksomheter står overfor og hvilke konsekvenser dette får for ansatte, kunder og ledelsen.
- Studentene skal tilegne seg grunnleggende kunnskap i ledelse, kommunikasjon og mellommenneskelige forhold.
- De skal være fortrolige med viktige forhold som omhandler lederens funksjon som beslutningstaker, frontfigur og rollemodell
- Studenten gjør seg kjent med viktige problemstillinger, teorier og praktiske verktøy med relevans i nye og krevende ledersituasjoner
- Bevisstgjøring av identitet, verdier og visjoner, og hvordan disse blir styrende faktorer knyttet til lederrollen
- Kunnskap og forståelse for at en sterk merkevare skapes gjennom hvordan virksomheten oppfattes, og at det er dette som styrer kundetilfredshet og lojalitet

Ferdighetsmål

Etter endt kurs skal studentene kunne anvende tilegnet kunnskap og sentrale modeller i arbeidet med å:

- Vise evne til å tilpasse seg i detaljistbransjer preget av endringer på mange dimensjoner
- Se endringene i lys av hvilke strategiske valg ledere i varehandelen må ta for å sikre større attraktivitet hos kunder og dermed oppnå sterkere differensiering og forretningsuksess i morgendagens marked
- Kunne anvende relevante modeller og verktøy for å bidra til å skape en sunn, bærekraftig og verdibasert bedriftskultur, hvor fokus på kundetilfredshet, medarbeidertilfredshet og kvalitet er sentrale drivkrefter bak moderne bedrifters verdiskapning
- Bidra i planlegging og gjennomføring av gode verdiprosesser målrettet styrking av virksomhetens

- identitet og verdigrunnlag.
- Kunne anvende kunnskap om organisasjonsdrevet merkevarebygging til å skape sterk identitet og stolthet i egen virksomhet.

Holdningsmål

- Studentene skal oppøves i en kritisk og reflekterende holdning omkring etablerte strategiske og operative områder med bevisstgjøring på kontinuerlig forbedring.
- Øke bevissthet for betydningen av at butikken består av mennesker, varer og teknologi i et samspill og derigjennom understrekes betydningen av at det skapes harmoni, mental likevekt og økonomisk trygghet for ledelse, medarbeidere og detaljistens kunder
- At medarbeideren er organisasjonens viktigste ressurs, forplikter studentene som fremtidige ledere til alltid å utvikle holdninger preget av muligheter og løsninger knyttet til hva som konkret kan gjøres for at medarbeiderne skal kunne lykkes i jobben sin, og dermed påvirke resultater.

Forkunnskaper

Kurset bygger på kursene Omdømmebygging i varehandelen, Retail 1 og Retail 2.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Andreassen, Tor Wallin. 2006. Serviceledelse : planlegging og styring av sannhetens øyeblikk. 5. utg. Gyldendal akademisk. 320 sider

Annet:

Spesialpensum - Studentene er gruppevis ansvarlige for å sette sammen et relevant spesialpensum på 40 sider pr gruppe, knyttet til selvvalgt detaljistbransje. Spesialpensumet skal godkjennes av faglærer og deles med medstudenter. 40 sider. Dette er også spesifisert som et arbeidskrav

Staude, Cecilie og Fredriksen, Jan Ivar. 2011. Service- og verdibasert ledelse i varehandelen (publiseres via It's Learning). Artikkelen vil bli gjort tilgjengelig via itslearning

Anbefalt litteratur

Annet:

Bransjetidsskrifter

Emneoversikt

- Fra autoritær til verdibasert lederskap – trenger varehandelen et paradigmeskifte?
- Hva innebærer en verdibasert bedriftskultur for en varehandelsbedrift?
- Organisasjonsdrevet merkevarebygging fra et innside-ut-perspektiv
- Kundeinnsikt og kundeforståelse som avgjørende faktorer i et service og verdiperspektiv
- Serviceledelse som ledelsesfilosofi overfor varehandelsbedriftens medarbeidere og kunder
- Betydningen av ny teknologi i merkevarebyggingen (brukerstyrt, åpenhet, transparens)
- Hva skaper kundetilfredshet og lojalitet
- ROI (Return on investment) - hvordan måle effekten av service- og verdibasert ledelse?

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset utover vanlig PC og tilgjengelige søkemotorer. It's Learning vil bli benyttet for publisering av forelesninger, oppgaver, artikkelsamling og annet relevant stoff.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres over ett semester med forelesninger, studentpresentasjoner og diskusjoner. 50 prosent av undervisningen vil foregå som vanlig klasseromsundervisning med faglærer. Den resterende tiden vil vies eksterne bidragsytere eller bedriftsbesøk.

Arbeidskrav:

Studentene er gruppevis ansvarlige for å sette sammen et relevant spesialpensum på 40 sider pr gruppe knyttet til selvvalgt detaljistbransje. Spesialpensumet skal godkjennes av faglærer og deles med medstudenter.

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i forelesning	28
Foreberedelse til forelesning	56
Studentpresentasjon / dekke aktørgjest	16
Arbeid med spesialpensum (arbeidskrav)	30
Lesing av litteratur, øvingsoppgaver og eksamensforberedelser og fagoppgave	70
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

28 timer - Forelesninger (auditorium / klasserom)

12 timer - Veiledning i tilknytning til arbeidskrav og studentoppgaver (gruppevis, der studentene i grupper skal dekke minimum en aktør/gjest hver)

5 timer - Bedriftsbesøk m.v

45 timer totalt

Arbeidskrav

Studentene er gruppevis ansvarlige for å sette sammen et relevant spesialpensum på 40 sider pr gruppe, knyttet til selvvalgt detaljistbransje. Spesialpensumet skal godkjennes av faglærer og deles med medstudenter.

Eksamen

Kurset avsluttes med en fagoppgave over 14 dager. For fagoppgaven gjøres en vinkling mot valgt detaljistbransje eller –segment. Grupper på inntil tre studenter kan skrive oppgave sammen.

Eksamenskode(r)

VHL 36881 - Fagoppgave som teller 100 % for å oppnå godkjent karakter i kurset VHL 3688 Service- og verdibasert ledelse i varehandelen 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen gjennomføres hvert semester.

Tilleggsinformasjon