



## VHL 3556 Retail II: Butikkledelse, ekspansjonsstrategier og kjedeledelse

### Studium

Bachelorstudiet i varehandelsledelse (2. år)

### Kursansvarlig

Jan Ivar Fredriksen

### Institutt

Institutt for markedsføring

### Semester

Se studieplan for aktuelt studium

### Studiepoeng

7,5

### Undervisningsspråk

Norsk

### Innledning

Butikken med kunder, medarbeidere, varer og utstyr må fungere i et effektivt samspill. Velfungerende enkeltbutikker danner basisgrunnlaget for vekst og ekspansjon. Kurset har fokus på butikk- og kjededrift med vekt på gode medarbeider- og lederrelasjoner.

Retail 2 er det andre av to kurs innenfor retailing. I sentrum står **butikkledelse, ekspansjonsstrategier og kjedeledelse**. Første kurs, Retail 1, omhandler konkurransefortrinn, lokaliserings- og sortimentsopplevelsen.

### Læringsmål

#### Kunnskapsmål

Studenten skal tilegne seg kunnskap og/eller inngående kjennskap innenfor følgende områder:

- Sammenhenger mellom arbeidsoppgaver, kompetansebehov og utfordringer for arbeidsmiljøet med tanke på organisering av en detaljistvirksomhet
- Forarbeider og prosesser knyttet til rekruttering, ansettelse, belønning og utvikling av medarbeidere
- Viktige forhold knyttet til kostnads- og svinnkontroll, inkludert kunnskap om aktuelle verktøy og analysemodeller
- Helhetlige tilnærminger til servicebegrepet og serviceleveranseprosesser med vekt på salgs- og serviceopplevelsen
- Relevante tilnærminger for avviksanalyser innenfor kundeservice og servicekvalitet
- Ledelsens og personalets rolle med tanke på serviceklimaet og serviceleveransen, herunder den enkelte medarbeiders rolle, handlingsrom og kompetanse
- Dynamikken innenfor alternative serviceleveranser der teknologien erstatter mennesker, herunder selvbetjeningssystemer og bruk av interaktive teknologiløsninger
- Butikken som markedsføringsmedium, herunder fokus på planløsning, vareplassering og bruk av så vel tradisjonelle som nye administrasjons- og styringsverktøy
- Bruk av digitale verktøy ved salg, serviceleveranse og eksponering av varer
- Hvordan ulike kjeder er organisert
- Viktige drivkrefter for ekspansjon av en detaljistvirksomhet
- Viktige forarbeider og analyser for valg av driftsform/samarbeidsform ved ekspansjon
- Hvordan et franchisekonsept, en franchisepakke og en franchiseavtale blir utformet

#### Ferdighetsmål

Studentene skal etter endt kurs kunne:

- Planlegge og gjennomføre forarbeider og tiltak knyttet opp mot rekrutteringsprosesser i et detaljhandelsforetak
- Planlegge og administrere administrative systemer tilknyttet personalbelønning, personalutvikling og karriereplanlegging for en detaljhandelsvirksomhet
- Gjennomføre analyser og tiltak innenfor kostnads- og svinnkontroll i detaljhandelsvirksomheten
- Med tanke på kunde- og medarbeidertilfredshet i virksomheten, og ut fra analyse og ønsket serviceprofil, etablere programmer for gjennomføring av serviceleveranser med tilhørende

- medarbeider- og kundeopplæring
- Gi kvalifiserte innspill innenfor planløsning, varegruppering, varegruppeplassering, vareeksponering, visuell kommunikasjon og miljøskapende tiltak i en butikk
- Gi kvalifiserte innspill til nye løsninger i kombinasjoner mellom nettbutikk og tradisjonell butikk
- Ut fra analyse og viktige drivkrefter, vurdere valg av ulike drifts-/samarbeidsformer ved ekspansjon til kjede
- Ut fra en helhetlig vurdering av viktige beslutningsområder for en detaljist, utforme et kjede-/franchisekonsept med tilhørende innhold (kjede-/franchisepakken) og aktuelle juridiske avtaler (franchiseavtalen)

#### **Holdningsmål:**

Holdningsmålene for Retail 1 og Retail 2 er sammenfallende og omfatter:

- Kandidaten skal underveis og etter kurset se betydningen av tværfaglighet og helhet i fagområdet.
- Studentene skal oppmuntres til refleksjon rundt betydningen av analyse før og etter tiltak for ulike sider ved butikkens strategi og drift
- 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

#### **Forkunnskaper**

Kurset bygger på VHL 3552 Retail 1: Konkurransetrinn, lokaliserings- og sortimentsopplevelsen

#### **Obligatorisk litteratur**

##### **Bøker:**

Fredriksen, Jan Ivar. 2010. Varehandelsledelse. Fagbokforlaget. Kapittel 7 - 10 og 12

Levy, Michael, Barton A. Weitz. 2012. Retailing management. 8th ed. McGraw-Hill/Irwin. Kapittel 16 - 18

Nilssen, Børge. 2009. Franchise : verdikjende samarbeid mellom selvstendige parter. 2. utg. Fagbokforlaget

##### **Artikkelsamling:**

Fredriksen, Jan Ivar (red.). 2014. Retail II. Artikler som publiseres i itslearning under aktuelle temaer

#### **Anbefalt litteratur**

##### **Tidsskrift:**

Bransjetidsskrifter. Kjedemagasinet, Dagligvarehandelen, Tekstilforum m.v.

#### **Emneoversikt**

##### **Personalledelse i varehandelen**

Organisering

Leder- og medarbeiderroller,

Kompetansebehovs- og stillingsanalyser, rekruttering, utvalg, ansettelse, samt belønning, ivaretagelse og utvikling av medarbeidere

##### **Kostnads- og svinnskontroll**

Medarbeidere og ressursallokering

Miljøhensyn og energioptimalisering

Vedlikehold

Svinnanalyser og svinntiltak i butikken verdikjede

##### **Serviceledelse og servicemarkedsføring**

Salgs- og serviceopplevelsen

Serviceleveranseprosesser

Servicekvalitet og avviksanalyser

Kompetanse, motivasjon, handlingsrom og serviceklime

Personlig- selvbetjeningsbasert- og teknologibasert service

servicelveranser i og utenfor butikk

##### **Butikkutforming, miljø og visuell vareplassering**

Butikkutforming og planløsning

Vareplassering og -eksponering

Space Management og kommunikasjon

Category Management og kommunikasjon

Atmosfære og miljø i butikken

Websidedesign og butikkdesign

##### **Retailkjeden, fra lokal suksess til internasjonal merkevare**

Ekspansjon gjennom filial- og/eller francisekjede

Rammebetingelser analyser og forarbeider til ekspansjon

Butikkkonseptet, og driftskonseptene

Valg av samarbeidsform

Franchisekonseptet

Franchisepakken

Franchiseavtalen

## Dataverktøy

Studentene trenger tilgang til internett.

## Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres som prosessundervisning fordelt på klasseromsundervisning, individuelle oppgaver, gruppearbeid og individuell/felles veiledning. Kurset er praktisk-teoretisk i den forstand at mye av teorien diskuteres i en praktisk sammenheng. Studentene velger aktører fra bransjen som benyttes i diskusjoner og øvingsoppgaver.

### Arbeidskrav:

Studentene skal i løpet av kurset gjennomføre 2 øvingsoppgaver etter nærmere angitte frister. Det oppfordres her til å arbeide i grupper på 2-4 studenter.

Gruppene gis gruppevis tilbakemelding på sine løsningsforslag.

Øvingsoppgavene skal innleveres elektronisk i It's learning.

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	36
Foreberedelse til forelesningene	33
Oppgaveløsning og gruppearbeid	65
Kollokvier og medstudentveiledning	26
Selvstudium/lese litteratur/eksamensforberedelser	40
<b>Anbefalt tidsbruk totalt</b>	<b>200</b>

## Ressursbruk

Forelesninger (auditorium)	36 timer
Tilbakemelding på øvingsoppgavene (gruppevis)	9 timer
Total ressursbruk	45 timer

## Arbeidskrav

Innlevering og godkjenning av 1 av 2 løsningsforslag på øvingsoppgavene. Det kreves at arbeidskravet er godkjent for å få avlegge eksamen i kurset.

## Eksamen

Kurset avsluttes med en fem timers individuell skriftlig eksamen

## Eksamenskode(r)

VHL 35561 - Skriftlig eksamen som teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset VHL 3556 Retail II, 7,5 studiepoeng.

## Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler er tillatt.

## Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke avlegge eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på skriftlig eksamen eller som ønsker å forbedre karakteren, kan ta kontinuasjonseksamen ved neste gjennomføring av eksamen.

## Tilleggsinformasjon