



VHL 3552 Retail I: Konkurransfortrinn, lokaliserings- og sortimentsopplevelsen

Studium

Bachelorstudiet i Retail Management (2. år)

Kursansvarlig

Jan Ivar Fredriksen

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Riktige veivalg mot styrket konkurransekraft, attraktive innkjøpssteder og bedre bunnlinje krever kvalifiserte beslutningstakere. God tværfaglig og analytisk forståelse for aktuelle problemstillinger med tilhørende handlingsrom aktualiseres i dette kurset.

Retail 1 er det første av to kurs innenfor retailing. I sentrum står **konkurransfortrinn, lokaliserings- og sortimentsopplevelsen**. Påbyggingskurset Retail 2 omhandler Butikkledelse, ekspansjonsstrategier og kjedeledelse

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studenten skal tilegne seg kunnskaper og etablere god innsikt innenfor følgende områder:

- Næringens begrepsapparat, strukturelle trekk og dynamikk, herunder ulike detaljistbransjer, omsetningsformer, profiler, lokaliseringsformater og eierstrukturer
- Forbrukeradferd, herunder kundens mentale prosesser og adferd før, under og etter kjøp, kjøpstrinn og salgstrinn
- Markedsstrategier og konkurransefortrinn basert på strategiske målgrupper og interne prosesser som konsept- og formatutvikling, økonomistyring, vareforsyning og strategisk fokus på menneskelige ressurser
- Markedsstrategier og konkurransefortrinn basert på strategiske målgrupper og eksterne forhold som markedskommunikasjon, samt relasjons- og lojalitetsprogrammer
- Ulike lokaliseringsformater og alternativer, disses prinsipper, virkemåter og dynamikk, herunder ledelse og oppbygging
- Forutsetninger for god lokalisering i ulike detaljistbransjer, formater og konsepter
- Utvalg av varer og tjenester med vekt på viktige forutsetninger og beslutningsgrunnlag som, sortimentslinjer og –prinsipper, bransjegliedning, kategoristyring, vareplassering og forbrukerens målkategorier
- Viktige forhold knyttet opp mot leverandørvalg og innkjøpsplanlegging
- Aktuelle pris- og kommunikasjonsaspekter med betydning for detaljistens kundetilstrømning og profilbygging

Ferdighetsmål

Kursets ferdighetsmål tar primært utgangspunkt i etablering av en detaljist i forbrukermarkedet, sekundært vedlikehold av en eksisterende detaljists konkurransekraft i sitt marked.

Studentene skal etter endt kurs kunne gjennomføre relevante analyser med tanke på:

- Valg av markedsstrategi, herunder valg av markedssegment(er), strategisk posisjon og konkurransefortrinn
- Valg av optimal lokalisering
- Utvikling og vedlikehold av et selgende sortiment

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

Grunnleggende kurs innen markedsføring og bedriftsøkonomi.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Fredriksen, Jan Ivar. 2010. Varehandelsledelse. Fagbokforlaget. Kapittel 1- 6 og 11

Levy, Michael, Barton A. Weitz, Dhruv Grewal. 2014. Retailing management. 9th ed. McGraw-Hill/Irwin. Kapittel 1- 15

Artikkelsamling:

Fredriksen, Jan Ivar. Aktuelle artikler m.v. som publiseres under tilhørende temaer i itslearning

Anbefalt litteratur

Tidsskrift:

Bransjetidsskrifter. Kjedemagasinet, Daglivarehandelen, Tekstilforum m.v.

Emneoversikt

Bransjen

Detaljstbransjer, butikkformater, eierstrukturer og kjeder
Shopping- og opplevelsesrelatert detaljhandel
Convenience retailing (servicehandel)
Multichannel retailing (flerkanalshandel)
Spesialiserte detaljistbransjer
Lokaliseringsformater (handleområder, senterformater, varehusparker)

Forbrukeren, behov og adferd

Den nye kunden
Forbrukeradferd med vekt på kjøps- og bruksadferd i detaljhandelen
Segmenter og kundeprofiler i nye retailformater

Konkurransefortrinn

Markedsstrategier,
Etablering og utvikling av og konkurransefortrinn med vekt på konseptutvikling, innovasjon og nye løsninger
Etablering og utvikling av konkurransefortrinn basert på menneskelige ressurser (strategisk HRM), kunderelasjoner og relasjonsmarkedsføring (CRM), effektive vareforsyningssystemer (SCM) samt kalkulasjon og pris

Lokaliserings- og stedsvalg

Kriterier for valg av ulike lokaliseringsformater
Handelssentra, kjøpesentra, formater og styringsmodeller
Kvantitative analyser av demografi og markedsforhold

Sortimentsopplevelsen

Selgende sortiment, utvalg av varer og tjenester
Bransjegliedning, lønnsomhet og tilpasning til forbrukers mentale målkategorier
Etablering og vedlikehold av ulike sortimentslinjer, innkjøpsplanleggingssystemer og leverandørvalg
Space Management
Category Management
Prisopplevelsen
Markedskommunikasjon med vekt på profilbygging og salgsfremming

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 Its learning.

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning	36
Foreberedelse til forelesningene	33
Oppgaveløsning og gruppearbeid	65
Kollokvier og medstudentveiledning	26

Selvstudium/lese litteratur/eksamensforberedelser	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

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.

Eksamenskoder(r)

VHL 35521 - Skriftlig eksamen som teller 100% for å oppnå godkjent karakter i kurset VHL 3552 Retail I, 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