



VHL 3556 Retail II: Butikkledelse, ekspansjonsstrategier og kjedeledelse

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

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 tverrfaglighet 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, Dhruv Grewal. 2014. Retailing management. 9th ed. McGraw-Hill Education. Kapittel 16 - 18

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

Artikler:

Fredriksen, Jan Ivar og Sørebo, Øystein. 2013. Rekruttering av medarbeidere : fra intuisjon til strategisk forankring. Magma. 3. Fagbokforlaget. Link til artikkelen vil bli publisert på itslearning

Artikkelsamling:

Fredriksen, Jan Ivar (red.). 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 energiøkonomisering
- Vedlikehold
- Svinnsanalyser og svinntiltak i butikken verdikjede

Serviceledelse og servicemarkedsføring

- Salgs- og serviceopplevelsen
- Serviceleveranseprosesser
- Servicekvalitet og avviksanalyser
- Kompetanse, motivasjon, handlingsrom og serviceklime
- Personlig- selvetjeningsbasert- 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
- Butikkonseptet, og driftskonseptene
- Valg av samarbeidsform
- Franchisekonseptet
- Franchisepakken
- Franchiseavtalen

Dataverktøy

Studentene trenger tilgang til internett.

Lærepromess 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
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 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