



Handelns digitalisering The digital transformation of retail

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: AE1HD3

Version: 2.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-06-11

Gäller från: VT 2021

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F), Textilt management (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Kursen Grundläggande Marknadsföring (7,5 hp) eller motsvarande.

Betygsskala: Sjugradig betygsskala (A-F)

Innehåll

Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper om hur samhällets digitalisering påverkar mode- och textildetaljhandeln. Kursen omfattar även ett historiskt perspektiv på utvecklingen av handelsformat samt etiska aspekter på en digitaliserad handel. Kursen syftar även till att introducera studenten till den senaste forskningen nationellt och internationellt, med fokus på handelns digitalisering. Kursen skall ge studenten till insikt i och möjlighet att problematisera kring vad som skapar värde för företag och webbutik, där värdebegreppet studeras utifrån både kundens och företagets perspektiv, samt hur digitaliseringen påverkar företagens affärsmodeller.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1 redogöra för, diskutera samt reflektera över olika sätt på vilket digitalisering påverkar handeln och dess format utifrån ett branschperspektiv,
- 1.2 redogöra för grundläggande koncept, begrepp och modeller som är centrala för handelns digitalisering
- 1.3 samlar in och skriftligen redovisar ett empiriskt material,

Färdighet och förmåga

- 2.1 identifiera och motivera centrala koncept, teorier och resultat som beskriver digitaliserings förändring av handeln,
- 2.2 motivera insamling av ett specifikt empiriskt material för analys i relation till en problemformulering som är teoretiskt förankrad i kursens litteratur,
- 2.3 analysera och skriftligen redovisar slutsatser kring handelns digitalisering utifrån ett insamlat empiriskt material,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 med stöd i relevant teoribildning och tidigare forskning formulera och diskutera digitaliseringens effekter på handeln utifrån ett organisatoriskt, varuflödes-, konsument- och affärsmodellperspektiv,
- 3.2 med stöd i relevant teoribildning och tidigare forskning problematisera kring digitaliseringens effekter på handeln utifrån ett organisatoriskt, varuflödes-, konsument- och affärsmodellperspektiv samt
- 3.3 att med stöd i relevant teori reflektera kring metoder som används inom handelsforskningen.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar samt seminarier.

Litteraturen är på engelska.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Tentamen: Individuell skriftlig tentamen.

Lärandemål 1.1-1.2, 2.1, 3.1-3.3

Högskolepoäng: 4,5

Betygsskala: Sjugradig skala (A-F)

Projektarbete: Genomförs i grupp, muntlig presentation.

Lärandemål 1.1-1.3, 2.1-2.3, 3.1-3.3

Högskolepoäng: 2

Betygsskala: Underkänt (U) eller Godkänt (G)

Vid underkänt eller frånvaro får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift.

Datinsamling: Genomförs individuellt, data inlämning.

Lärandemål 1.3,

Högskolepoäng: 1

Betygsskala: Underkänt (U) eller Godkänt (G)

För betyg på hel kurs krävs godkänt på samtliga av kursens examensmoment samt betyg A-E på tentamen. Betyg på tentamen ger betyg på hel kurs.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Fry, H. (2018) *Hello World. How to be human in the age of the machine*. London, Random House UK.

Niemeir, S., Zocchi, A. & Catena, M. (2013). *Reshaping Retail*. Wiley and Sons Inc 208 sidor (Electronic resource)

Söderlund, M., (2018). *Experiments in marketing*. Lund: Studentlitteratur

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial (främst i form av digitala föreläsningar) anges via lärplattformen (max 500 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursutvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen ges inom Butikschefsprogrammet, Kandidatprogram i textilt management, inriktning mode och handel, Kandidatprogram i Internationell Handel och IT samt som fristående kurs.