

Kaupan liiketoimintamallit ja markkinointi

Kevät 2024

[Please note that the course is lectured in Finnish]

Kurssin osaamistavoitteet:

Opiskelija ymmärtää kaupan alan yritysten keskeiset johtamisvaatimukset ja osaamistarpeet, liiketoimintamallit ja -konseptit sekä asiakaslähtöisen arvontuotannon pääpiirteet globalisoituvassa toimintaympäristössä. Opiskelija osaa suunnitella kaupan liiketoimintamallin ja -konseptin pohjalta markkinointistrategian ja valita sen mukaiset kilpailukeinot.

Kurssin vastuuopettaja: prof. Arto Lindblom (arto.lindblom@aalto.fi)

Luennot:

- tiistaisin klo 10.15–11.45
- torstaisin klo 10.15–11.45

HUOM. EI LUENTOA 9.5 (helatorstai)

Kurssin suorittamistapa keväällä 2024:

- Luennot
- Ryhmätyö (1 kpl) (palautus 26.5 + pakolliset esitykset 28.5 ja 30.5)
- Yksilötyö (1 kpl) (palautus 2.6)
- Akateemiset esseet (2 kpl) (ensimmäisen esseen palautus 12.5 ja toisen 19.5)

Kurssin loppuarvosana muodostuu ryhmätyöstä (30 %), yksilötyöstä (30 %) ja akateemisista esseistä (40 %).

Kurssin arvostelu: 1–5

Harjoitustöitä koskeva ohjeistus löytyy kurssin kotisivuilta ja luentokalvosarjasta.

Huom. ei tenttiä.

Kurssin aikataulu (muutokset mahdollisia):

1. JOHDANTOLUENTO (23.4)
 - 1.1 Kurssin tavoitteet
 - 1.3 Kurssin suorittamistapa
 - 1.4 Kurssin aikataulu
2. KAUPAN STRATEGINEN PÄÄTÖKSENTEKO (25.4–30.4)
 - 2.1 Kaupan strateginen orientaatio
 - 2.2 Kaupan strategisen johtamisen kokonaisviitekehys
 - 2.2.1 Strategiset analyysit ja Big data
 - 2.2.2 Strategiset valinnat ja kaupan kilpailuedut
 - 2.2.3 Strategioiden toimeenpano
3. KAUPAN VAIHTOEHTOISET LIIKETOIMINTAMALLIT (2.5–7.5)
 - 3.1 Liiketoimintamallin käsite
 - 3.2 Tukku-vähittäiskauppamalli
 - 3.3 Ketjuliiketoimintamalli
 - 3.4 Markkinapaikkamalli
4. VÄHITTÄISKAUPPAKONSEPTIN STRATEGINEN MÄÄRITYS (14.5–16.5)
 - 4.1 Konseptin käsite
 - 4.2 Konseptin asiakaskohderyhmävalinnat
 - 4.3 Konseptin asiakaslupaus ja strategiset elementit
5. VÄHITTÄISKAUPAN SISÄINEN TYÖNJAKO JA OHJAUSJÄRJESTELMÄT (16.5)
 - 5.1 Keskeisimmät johtamistasot, tehtävät ja työnjako
 - 5.2 Vaihtoehtoiset ohjausjärjestelmät
6. VIERAILULUENTO I (21.5): Tietokirjailija/konsultti Sami Finne, Day1
7. VIERAILULUENTO II (23.5) : Toimitusjohtaja Jussi Lindholm, Vepsäläinen
8. HARJOITUSTÖIDEN ESITYKSET (1/2) (28.5)
9. HARJOITUSTÖIDEN ESITYKSET (2/2) (30.5)

Kurssiarvosanat odotettavissa kesäkuun loppuun mennessä

Luentoja ja harjoitustöitä tukevaa kirjallisuutta:

- Alexander, B., & Cano, M.B. (2020). **Store of the future: Towards a (re)invention and (re)imagination of physical store space in an omnichannel context.** Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 55, 101913.
- Flavián, C., Gurrea, R. & Orús, C. (2020). **Combining channels to make smart purchases: The role of webrooming and showrooming.** Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 52, 1-11.
- Grewal, D., Gauri, D., Roggeveen, A., Sethuraman, R. (2021) **Strategizing Retailing in the New Technology Era,** Journal of Retailing, 97, 1, 6-12.
- Shankar, V., Kalyanam, K., Setia, P., Golmohammadi, A., Tirunillai, S., Douglass, T., Hennessey, J., Bull, J.S., Waddoups, R. (2021) **How Technology is Changing Retail,** Journal of Retailing, 97, 1, 13-27,
- Broekhuizen, T., Emrich, O., Gijzenberg, M., Broekhuis, M., Donkers, B., & Sloom, L. (2021). **Digital platform openness: Drivers, dimensions and outcomes.** Journal of Business Research, 122, 902-914.
- Gauri, D., Jindal, R., Ratchford, B., Fox, E., Bhatnagar, A., Pandey, A., Navallo, J., Fogarty, J., Carr, S., Howerton, E. (2021) **Evolution of retail formats: Past, present, and future,** Journal of Retailing, 97, 1, 42-61.
- Blut, M., Teller, C. & Floh, A. (2018) **Testing Retail Marketing-Mix Effects on Patronage: A Meta-Analysis,** Journal of Retailing, 94, Issue 2, 113-135.
- Grewal, D., Roggeveen, A. & Nordfält, J. (2017) **The Future of Retailing,** Journal of Retailing, 93, 1, 1-6.
- Sorescu, Alvin, J.W., Kushwaha, T., Steenburgh, T.J. & Weitz, B.A. (2010) **Crafting Integrated Multichannel Retailing Strategies.** Journal of Interactive Marketing, 24(2).
- Van Alstyne, M., Parker, G. & Choudary, S. (2016) **Pipelines, Platforms, and the New Rules of Strategy,** Harvard Business Review.
- Matzler, K., Veider, V. & Kathan, W. (2015) **Adapting to the Sharing Economy,** MIT Sloan Management Review, Vol. 56, No. 2.
- Frambach, R., Singh, J., Rangaswamy, A. & Bridges, C. (2011) **Innovations in Retail Business Models,** Journal of Retailing, 87, 1, 3-16.
- Mantrala, M., Levy, M., Kahn, B., Fox, E., Gaidarev, P., Dankworth, B., Shah, D. (2009) **Why is Assortment Planning so Difficult for Retailers? A Framework and Research Agenda,** Journal of Retailing 85, 1, 71-83.
- Ailawadi, K. & Keller, K. (2004) **Understanding retail branding: conceptual insights and research priorities,** Journal of Retailing 80, 331-342.

Verkkosivuja, joista löytyy ajankohtaista tietoa (mm. tilastotietoa) Suomen kaupan alasta:

- www.kauppa.fi (Kaupan liitto)
- www.ptu.fi (Päivittäistavarakauppa ry)
- www.etu.fi (Tuote- ja palvelukaupan yhdistys)
- <https://www.tekninen.fi> (Teknisen Kaupan Liitto ry)
- <https://digitalcommerce.fi> (Digital Commerce Finland on yhteisö, joka koostuu verkkokaupoista, kaupan alan pk-yrityksistä, digitaalisesta kaupasta kiinnostuneista sekä siihen vaikuttavista tahoista)