



Textilt management i ett detaljhandelsperspektiv

Textile Management and retailing

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 51DH10

Revision: 4.1

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2018-06-11

Gäller från: HT 2018

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Textilt management (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Ledarskap, organisation och styrning

Förkunskapskrav: Minst 60 hp godkända kurser inom huvudområdet Textilt management, varav 22,5 hp ska bestå av godkänt i kursen Ledarskap och kommunikation 7,5 hp samt Fältstudie inom detaljhandel 15 hp.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen behandlar organisation, strategisk styrning och personalhantering inom olika varianter av textil detaljhandel. Hur arbete med dessa faktorer kan främja textil- och modeföretagande som tar etiskt ansvar och arbetar för hållbar utveckling tas upp. Både traditionella vinstdrivande textil- och modeföretag och alternativ handel av textila produkter inom kollaborativ ekonomi och återbruksverksamheter berörs. Kursen tar även upp relationer mellan varumärken och marknadskommunikation i butiksmiljöer. Vad olika detaljhandelskoncept kan lära av varandra för att möta konsumenters efterfrågan diskuteras. Studenterna utför en jämförande fallstudie där de tillämpar observation och intervjuande för att undersöka hur kundvärde skapas genom utformning av butiksmiljöer och service samt genom upplevelser (event) för kunderna. Slutligen ingår presentation av och opposition på en vetenskaplig rapport.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1 förklara hur kundvärde kan skapas inom textil detaljhandel genom service, utformning av butiksmiljö och marknadsföring (inklusive skapande av upplevelser/event),
- 1.2 beskriva hur butiksmiljöer inom textil detaljhandel styrs och påverkas utifrån ett varumärkesperspektiv,

Färdighet och förmåga

- 2.1 genomföra en kvalitativ jämförande (fall)studie baserad på intervjuer och observationer i detaljhandelsmiljöer,
- 2.2 presentera fallstudien skriftligt i en vetenskaplig rapport,
- 2.3 genomföra muntlig presentation av och opponera på en vetenskaplig studie,
- 2.4 analysera befintliga butikskoncept inom traditionell detaljhandel respektive alternativ handel utifrån ett textilt managementperspektiv som omfattar organisation, strategisk styrning och interaktion med konsumenterna,
- 2.5 analysera rollerna i detaljhandelns organisation och arbetsfördelning, dvs innebär av begreppen chefskap, ledarskap och medarbetarskap inom,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 värdera vilka juridiska och etiska krav som ställs på ansvarsfullt företagande i en textil detaljhandelsmiljö samt
- 3.2 identifiera och värdera möjligheter att arbeta med hållbar utveckling inom olika varianter av detaljhandel.

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av

- föreläsningar

- seminarier
- studiebesök

Undervisningen bedrivs normalt på svenska men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Inlämning: skriftlig gruppinlämningsuppgift

Lärandemål: 1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.4 och 3.2.

Högskolepoäng: 4.0

Betygsskala: U/G/VG

Individuell reflektionssammanfattning

Lärandemål: 2.5 och 3.1.

Högskolepoäng: 2.0

Betygsskala: U/G

Muntlig redovisning och opposition: muntlig redovisning av gruppinlämningsuppgift

Lärandemål: 2.3

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: U/G

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Kurslitteraturen både på svenska och engelska förekommer.

Andersson, T. (2013). *Uppdrag butikschef: att leda i butik*. 1. uppl. Stockholm: Liber

Eskilsson, L. & Fredriksson, C. (red.) (2010). *Butiken: upplevelse, organisering och plats*. 1. uppl. Malmö: Liber

Goworek, H & McGoldrick, P J. (2015). *Retail marketing management: principles and practice*. Harlow: Pearson Education

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informerar om via lärplattformen (max 200 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar 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 är i första hand en programkurs för Butikschefsutbildning med inriktning mot textil och mode.