



Företagande och affärer i textil- och modebransch The Business of Textiles and Fashion

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 51FÖ01

Version: 2.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2015-01-08

Gäller från: HT 2014

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Textilt management (G2F), Företagsekonomi (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Godkänd i 60 högskolepoäng inom företagsekonomi eller motsvarande kunskaper.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

- Marknadens aktörer i värdekedjans led
- Modeföretagets funktioner och arbetssätt
- Verktyg för branschstrukturanalys, positionering och konkurrentanalys
- Produktutvecklingsprocessen från ide till färdig produkt
- Mode- och textilindustrins logistik
- Prissättning och nyckeltal i värdekedjans led
- Affärsstrategier för hållbar produktion och konsumtion

Mål

Vid avslutad kurs med godkänt resultat ska studenten kunna:

- Beskriva den textila värdekedjan och kunna identifiera dess aktörer
- Använda olika analys- och omvärdsmodeller för textil- och modeindustrin
- Redogöra för design, inköp och produktionens betydelse i ett affärsekonomiskt perspektiv
- Redogöra för betydelsen av modelogistik och nyckeltal i värdekedjan
- Analysera betydelsen av ett modeföretags marknadsföring i relation till varumärket
- Analysera och problematisera framtida affärsstrategier för hållbar konsumtion och produktion av mode- och textilprodukter

Undervisningsformer

- Föreläsningar
- Grupparbete
- Seminarier
- Loggbok

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Skriftlig tentamen 4 hp Betygsskala: U/V

- Projektarbete 2.5 hp Betygskala: U/G
- Individuellt projekt 1 hp Betygskala: U/G

Betyg på hel kurs grundas på skriftlig tentamen men förutsätter G på projektarbete och individuellt projekt.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Burns, Leslie Davis, Mullet, Kathy K. & Bryant, Nancy O. (2011). *The business of fashion: designing, manufacturing, and marketing*. 4th ed. New York: Fairchild Publications

Svengren Holm, L. & Tijburg, K. (2013). *The international growth of Swedish Fashion Companies*. Borås: University of Borås.

Vetenskapliga artiklar, kurskompendium och annat kursmaterial kommer att delas ut under kursen.

Studentinflytande och utvärdering

Studenternas synpunkter inhämtas systematiskt och regelbundet genom skriftlig kursvärdering efter avslutad kurs. En gång per termin utvärderar studentrepresentanter tillsammans med studierektor och utbildningsledare genomförda kurser.

I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärderingar och dokument utfärdade av institutionsstyrelse, studierektor och kursansvarig.

Övrigt