



Kreativt affärsmannaskap Creative Businessmanship

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 51KR01

Version: 1.0

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2013-12-18

Gäller från: VT 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 affärsekoniskt 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 Betygskala: U/V
- Projektarbete 2.5 hp Betygskala: U/G
- Individuellt projekt 1 hp Betygskala: U/G

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. ISBN: 9789197557665.

Rudrajeet, P. *Fashion Logistics: in Theory and Practice*. Kurskompendium. Borås: University of Borås

Vetenskapliga artiklar

Niinimäki, K & Hassi, L. (2011), Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing, *Journal of Cleaner Production*, 19(16), ss. 1876 - 1883.

Christopher, M., Lowson, R., & Peck, H. (2004). Creating agile supply chains in the fashion industry. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(8), ss. 367–376.

Christopher, M. (2000). The agile supply chain: Competing in volatile markets. *Industrial Marketing Management*, 29(1), ss. 37–44.

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