



Management och estetik med inriktning mot modekommunikation Management and Aesthetics in Fashion Communication

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: 51ME02

Version: 4.0

Fastställt av: Grundutbildningsnämnden 2010-10-20

Gäller från: HT 2010

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G2F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Företagsekonomi

Förkunskapskrav: Avklarat minst 120 hp inom Textilekonomutbildning eller motsvarande kunskaper.

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

- Grundläggande visuell kommunikation, modefotografi och grafisk design
- Processuella aspekter på sociala och kulturella företeelser i bild- och textform
- Trendanalys inom mode i bild och text
- Tillämpad marknadskommunikation i form av en hållbar affärsidé och ett grafiskt material inom varumärkesbyggande inom textil- och mode

Mål

Studenten skall kunna förstå och redogöra för samband mellan kläder och kultur, ha förmågan att identifiera sociala, psykologiska och samhällsekonomiska skeenden som bidrar till utvecklingen av trender inom mode. Vidare skall studenten utifrån ett företagsperspektiv kunna analysera de sociala och kulturella företeelser som leder till modetrender och omsätta analysen i form av varumärkeskommunikation med hjälp av bild, grafisk design och text.

Undervisningsformer

- Föreläsningar
- Datorlaborationer och övningar
- Seminarier och grupparbeten

Undervisning sker på svenska och engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Inlämningsuppgift 1. Tidsandan. 1,5 Betygsskala: UG
- Inlämningsuppgift 2. Identifiera trender 1,5 Betygsskala: UG
- Inlämningsuppgift 3. Varumärkeskommunikation 3 Betygsskala: UV
- Inlämningsuppgift 4. Individuell reflektion 1,5 Betygsskala: UV

För betyget väl godkänt krävs väl godkänt på Inlämningsuppgift 3 och Inlämningsuppgift 4.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Ordinarie kurslitteratur

”Fashion Forecasting: Research, Analysis, and Presentation”, senaste utgåvan, Evelyn L. Brannon, Fairchild förlag.
Den globala fabriken, M. Wingborg, (Boken kan laddas ner gratis på www.renklader.org)
Effektiv visuell Kommunikation , Bergström, B., Carlssons förlag, ISBN 978-91-7331-238-7

Referenslitteratur

Referenslitteratur

Modfabriken-Kreativt affärsmannaskap från insidan, Hedén, A & McAndrew, J., (ISBN:91-631-6807-3)

Markets in Fashion, Aspers, P(ISBN:91-7562-114-2)

Det missförstådda varumärket, Håkansson, B., (ISBN:91-973-6077-5)

Typografisk handbok , Hellmark, C., Ordfront förlag

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

Kursen är i första hand en programkurs för Textilekonomutbildning.