HÖGSKOLAN I BORÅS

Avancerad detaljhandel
Advanced Retailing
7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 52AD01
Version: 3.0
Fastställd av: Utbildningsutskottet 2013-08-20
Gäller från: HT 2013

Nivå: Avancerad nivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Fashion Management (A1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Ledarskap, organisation och styrning
Förkunskapskrav: Kandidatexamen inom textilteknologi, textilekonomi, samhällsvetenskap, teknik, media eller design samt engelska B eller motsvarande kunskaper. Godkänd kurs i Retail Marketing 7,5 hp på avancerad nivå.
Betygsskala: ECTS-betygsskala

Innehåll
Kursen är en fördjupning av kunskaper i retail management med fokus på framtida trender inom handel. Nya former, som exempelvis pop-up stores, flagship stores, online stores etc, förändrar butikslandskapet och gör det mer dynamiskt samtidigt som modebutikerna vidgar utbudet med olika typer av närliggande produkter och tjänster. Utveckling av nya koncept är en central kompetens i retail marketing. Kursen adresserar även modebutikens roll i samhället så som social institution och arbetsgivare samt dess påverkan på omgivande miljöer.

Mål
Målet med kursen är att studenten ska fördjupa sina kunskaper och färdigheter inom moderelaterad detaljhandel med syftet att samla insikter och kunskaper i marknadsföring och försäljning av kläder i olika försäljningskanaler. Efter avslutad kurs, med godkänt resultat, ska studenten kunna:

- Analysera trender och skapa en prognos och plan för inköp av kollektioner, planera försäljning, mäta utfall och service
- Redogöra för de grundläggande principerna för försäljning av mode nu och i framtiden
- Reflektera och problematisera kring hållbar utveckling i försäljningskanalerna
- Visuellt presentera kollektionerna i försäljningskanalerna

Undervisningsformer
Undervisningen består av självständigt arbete, föreläsningar och praktiska övningar. Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer
Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Projektarbete och redovisning 3 hp. Betygskala: U/G
- Individuell skriftlig tentamen 4,5 hp. Betygskala: EC

Betyg på helkurs grundas på det individuella momentet och förutsätter G på projektarbete och muntlig redovisning.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel
Ordinarie kurslitteratur

Bruce, M., Birtwistle, G. & Moore, C. (red.) (2004). *International retail marketing: a case study approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Lewis, R. & Dart, M. (2010). *The new rules of retail: competing in the world's toughest marketplace*. New York City: Palgrave Macmillan.

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 läses som alternativ till kursen om designmetodik i programmet och ska följas av kur- sen konsumentbeteende. Kursen är i första hand en programkurs för masterutbildningen i textilt management med inriktning fashion management.