HÖGSKOLAN I BORÅS

Konsumentbeteende i modesektorn II
Fashion Consumer Behaviour II

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 52KB01
Version: 1.0
Fastställd av: Utbildningsutskottet 2012-05-22
Gäller från: HT 2012

Nivå: Avancerad nivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Fashion Management (A1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Ledarskap, organisation och styrning
Förkunskapskrav: Minst 45 hp från år ett på Masterutbildning i textilt management med inriktning fashion management, varav Konsumentbeteende i modesektorn 7,5 hp
Betygsskala: ECTS-betygsskala

Innehåll

Fördjupning av konsumentbeteende i ett kulturellt och hållbart perspektiv samt studier av samhällsutvecklingen, teknikutvecklingen och trender inom mode utifrån ett konsumentperspektiv.

Mål

Studenten ska efter avslutad kurs kunna:

- Beskriva och analysera konsumenters beteende från kulturell utgångspunkt och hur denna kunskap kan tillämpas i modesektorn
- Redogöra för och analysera hur olika samhälleliga fenomen och hållbar utveckling påverkar konsumenters beteende i modesektorn
- Redogöra för och analysera hur modeindustrin genom teknikutveckling och insikt om konsumenters förhållningssätt till mode som fenomen (consumer insight) kan åstadkomma en mer hållbar verksamhet.

Undervisningsformer

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

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment med avseende på givna lärandemål:
Projektarbete och muntlig redovisning 3,0 hp Betygskala: EC
Tentamen 4,5 hp Betygskala: EC

Betygsskala: EC, dvs kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F (ECTS-betygsskalan). Betyg på helkurs grundas på det viktade medelvärdet av betygen på de ingående examinationsmomenten.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Ordinarie kurslitteratur

Schroeder, Jonathan. 2002. Visual Consumption. London. Routledge
Artiklar från forskningstidskrifter som studenterna själva söker

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 en programkurs för masterutbildning i textilt management med inriktning fashion management