



Introduktion till Textilt Management och Företagsekonomi Introduction to Textile Management and Business Administration

3,5 högskolepoäng

3,5 credits

Ladokkod: A1TM1A

Version: 2.1

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-08-28

Gäller från: HT 2017

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1N), Textilt management (G1N)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Övrigt inom samhällsvetenskap

Förkunskapskrav: Kandidatexamen inom företagsekonomi eller industriell ekonomi, textilteknik, textil- eller modedesign. Dessutom krävs kunskaper i engelska motsvarande Engelska 6.

Betygsskala: Sjugradig betygsskala (A-F)

Innehåll

Kursens huvudsakliga innehåll och syfte är att ge studenten innebörden av de mest grundläggande begrepp och tillvägagångssätt som gäller inom företagsekonomi och textilt management. Fokus ligger framförallt att genom olika övningar skapa förståelse för den vetenskapliga grunden inom företagsekonomin. Den ska ge en inblick i modemarknaden och dess bakomliggande drivkrafter samt ge en inblick hur värdeskapande processer relateras till företagets interna och externa intressenter. Dessutom ska studenten få grundläggande kunskap om hur etiska hänsyn bör tas i samband med dessa processer och beslut.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1 översiktligt kunna redogöra för några centrala begrepp frågeställningar och teoretiska perspektiv inom företagsekonomi och textilt management,
- 1.2 beskriva modemarknadens bakomliggande drivkrafter i form av mode, konsumtion och identitet,
- 1.3 beskriva företagets interna och externa intressenters roller såväl som dess huvudsakliga etiska aspekter,

Färdighet och förmågor

- 2.1 tillämpa grundläggande företagsekonomiska metoder och modeller (t.ex. inom den textila kontexten),
- 2.2 tillämpa grundläggande analysmodeller för ekonomiska frågor inom det textila företaget,
- 2.3 reflektera kring bakomliggande drivkrafter i den globala modemarknaden utifrån olika intressenter,
- 2.4 utifrån några valda frågeställningar, på grundläggande nivå, reflektera över individens modekonsumtion i relation till en global produktion av mode,
- 2.5 utifrån några valda frågeställningar, på grundläggande nivå, reflektera över företagets roll i den textila värdekedjan samt

Värderingsförmåga och förhållningsätt

- 3.1 självständigt förhålla sig till och kritiskt värdera olika företagsekonomiska frågor på grundläggande nivå.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Skriftlig tentamen
Lärandemål: 1.1-3.1
Högskolepoäng: 3,5
Betygskala: A-F

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Litteratur kommer att bestå av artiklar och aktuella rapporter.

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen är en programkurs för Masterutbildningar i textilt management (Masterutbildningen i Fashion Management och Marknadsföring samt Masterutbildningen i Styrning av Textila Värdekedjor).