



## Avancerad detaljhandel och kommunikation inom modesektorn Advanced Fashion Retail marketing and Communication

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** AE2RC1

**Version:** 4.0

**Fastställd av:** Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-09-20

**Gäller från:** HT 2017

**Nivå:** Avancerad nivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Textilt management (A1F)

**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap

**Ämnesgrupp:** Ledarskap, organisation och styrning

**Förkunskapskrav:** Kandidatexamen inom textilteknologi, textilekonomi, företagsekonomi, industriell ekonomi, teknik, media eller design samt engelska B eller motsvarande kunskaper samt godkänt betyg i kursen "Fashion retail marknadsföring och kommunikation" 7,5 hp.

**Betygsskala:** Sjugradig betygsskala (A-F)

---

### Innehåll

Kursens huvudsakliga innehåll är en tillämpning av visuell kommunikation och försäljning i modedetaljhandeln i projektform och ett eget arbete som reflekterar över hållbar utveckling i modedetaljhandeln.

Kursen är en fördjupning från kursen "Fashion retail marknadsföring och kommunikation" och skiljer sig framförallt i studenternas förmåga att göra bedömningar och uppskattningar av kostnader och intäkter i värdekedjan samt utformandet av relevanta nyckeltal. Kursen tar dessutom upp etiska aspekter kring olika kommunikationsmedel inom modedetaljhandeln samt analys och tillämpning av kommunikation i olika försäljningskanaler för hållbar utveckling.

### Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

#### *Kunskap och förståelse*

- 1.1 visa fördjupad kunskap och förståelse kring visuell kommunikation i modedetaljhandel,
- 1.2 visa metodkunskaper för analys av visuell kommunikation inom modedetaljhandeln,

#### *Färdighet och förmåga*

- 2.1 reflektera kring kommunikationssätt för olika försäljningskanaler,
- 2.2 utforma koncept för modedetaljhandel där visuell kommunikation, marknadsföring och försäljning av varumärken integreras i olika försäljningskanaler,
- 2.3 analysera trender och planera för inköp av kollektioner och försäljning samt mäta utfall och service samt

#### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

- 3.1 göra bedömningar av visuell kommunikation, försäljning och marknadsföring i modedetaljhandeln med hänsyn till etiska, samhälleliga och miljömässiga aspekter.

### Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av:

- föreläsningar
- workshops/laborationer
- seminarier
- studiebesök

Undervisningen bedrivs på engelska.

### **Examinationsformer**

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Projektarbete med tillhörande rapport

Lärandemål: 1.1, 2.2, 2.3

Högskolepoäng: 4,5 hp

Betygskala: Underkänt eller Godkänt

Individuell rapport

Lärandemål 1.2, 2.1, 3.1

Högskolepoäng: 3 hp

Betygskala: A-F

För att erhålla lägst betyg E måste studenten erhållit lägst betyg E i den individuella rapporten samt betyget Godkänt i gruppuppgiften. Betyget på individuell rapport bestämmer betyget på helkurs.

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

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Baldwin, J & Roberts, L. (2006). *Visual Communication: From Theory to Practice*, AVA Publishing: Burns, L. D.

Mullet, K. & Bryant, N.O. (2011). *The business of fashion: designing, manufacturing, and marketing*. 5th ed. New York: Fairchild Publications

Spillecke, D (2012). *Retail Marketing and Branding - A Definitive Guide to Maximizing ROI*, 2nd E. John Wiley & Sons

### **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 i första hand en programkurs för utbildningsprogrammet Masterprogram i Fashion Management och Marknadsföring.