HÖGSKOLAN I BORÅS

Masterprogram i Fashion Management och Marknadsföring
Master Program in Fashion Marketing and Management
120 högskolepoäng

Ladokkod: AMFMM
Version: 4.1
Utbildningsnivå: Avancerad nivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2019-04-10
Gäller från: HT 2019
Gäller för: Antagna HT 2019

Allmänna mål

Utbildning på avancerad nivå skall väsentligen bygga på de kunskaper som studenterna får inom utbildning på grundnivå eller motsvarande kunskaper. Utbildning på avancerad nivå skall innebära fördjupning av kunskaper, färdigheter och förmågor i förhållande till utbildning på grundnivå och skall, utöver vad som gäller för utbildning på grundnivå,

- ytterligare utveckla studenternas förmåga att självständigt integrera och använda kunskaper
- utveckla studenternas förmåga att hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer
- utveckla studenternas förutsättningar för yrkesverksamhet som ställer stora krav på självständighet eller för forsknings- och utvecklingsarbete.

(Högskolelagen 1 kap 9§)

Utbildningens mål

Masterutbildningen i textilt management ska vara en nationell resurs med global attraktionskraft. Utbildningen ska möjliggöra kvalificerade arbets- och utvecklingsledande befattningar inom företrädesvis, men ej begränsat till, textil industri och handel. Utbildningen är forskningsförberedande såväl som professionsförberedande. Utbildningen sker på engelska vilket innebär att studenten förväntas att kunna hantera engelska på en sådan nivå att den kan tillgodogöra sig undervisning i form av text och tal på engelska, aktivt delta i grupparbeten och diskussioner samt självständigt presentera muntligt och skriftligt på engelska.

Efter avklarad utbildning ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse
1.1 uppvisa och tillämpa goda kunskaper om textila processer, metoder och tillämpningar i ett textilt managementperspektiv samt väsentligt fördjupade kunskaper om den textila värdekedjan ur ett hållbarhetsperspektiv, med tonvikt på innovation, logistik, supply chain och retail,
1.2 visa fördjupad insikt i forsknings- och utvecklingsarbete med särskild tonvikt på frågor med relevans för den textila värdekedjan,
1.3 visa fördjupad metodkunskap genom att ha kunskap om, och kunna tillämpa, metoder inom olika forskningsinriktningar inom textilt management,
1.4 visa god förståelse för hur företag kan utveckla textila värdeprocesser och system med hänsyn till människors förutsättningar och behov och samhällets mål för ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling,

Färdighet och förmåga
2.1 visa förmåga att kritiskt och systematiskt integrera kunskap och att ta ställning till, analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar med praktisk relevans och situationer i förhållande till den textila värdekedjan även med begränsad information,
2.2 söka, bedöma och använda olika typer av källor med relevans för analyser inom textilt management med såväl praktisk- som teoretisk förankring,
2.3 visa förmåga att kritiskt, självständigt och kreativt identifiera och formulera vetenskapliga forskningsproblem inom området textilt management,
2.4 visa färdighet och förmåga att självständigt planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom

givna tidsramar, som också lämnar ett kunskapsbidrag inom området textilt management,
2.5 aktivt delta i, leda samt reflektera över lagarbete och samverkan i grupper med olika sammansättning, i dialog med praktikens representanter och med forskarsamhället,
2.6 visa förmåga att i såväl nationella som internationella sammanhang muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa,
2.7 visa sådan färdighet som fodras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete inom textilt management eller för att självständigt arbeta i annan kvalificerad verksamhet,

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 visa ett kritiskt och analytiskt förhållningssätt till vetenskaplig kunskapsproduktion i allmänhet och kunskapsproduktion inom textilt management i synnerhet,
3.2 visa förmåga att göra bedömningar baserade på teorier inom textilt management med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga (tex genusfrågor, likabehandling, mångkulturella frågor, hållbarhet) och etiska aspekter, samt visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete inom textilt management,
3.3 visa insikt om vetenskapens och teknikens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används,
3.4 visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen.

Innehåll

Masterprogrammet Fashion Management och Marknadsföring består av ett basår inom textilt management som avslutas med en fältstudie. Under andra året sker en fördjupning inom textilt management med specialisering på styrning av den textila värdekedjans utflöden, vilket innebär försäljning, varumärkeshantering, distribution, kundbeteende och konsumentkulturer inom mode. Utbildningen ska vara väl förankrad i forskningen på området samt ha stark professionskoppling. Innovationsförmågan ska uppmuntras för att tillsammans med djupa ämneskunskaper bidra till nyföretagande i branschen. Nätverksbyggande redan under studietiden är viktigt och gynnas i Textilhögskolans miljö med samverkan mellan design, teknik och management. Utbildningen har starkt fokus på miljö- och resurshushållnings-, globaliserings- och etikmedvetenhet.

Det tvååriga masterprogrammet omfattar fyra terminers heltidsstudier uppdelat i kurser enligt beskrivning nedan. Kurserna under första året representerar på ett logiskt sätt en verklighetsnära progression i den textila värdekedjan, från idé och design till marknad, kundbeteende och restprodukthantering. Kurserna inom textilt management ger studenterna en fördjupning i området genom att betrakta den textila värdekedjan från tre perspektiv – från innovation och design, från logistik och supply chain och slutligen från kund- och retailperspektivet. Under andra året görs ytterligare en fördjupning i huvudämnet textilt management men då med specialisering på flöden mot och från kund. Kursutbudet har stark förankring i aktuell forskning inom textilt management med fokus på hållbarhet inom den textila värdekedjan, men även med forskning i angränsande ämnen som företagsekonomi och industriell ekonomi på Högskolan i Borås.

Utbildningens pedagogik tar sin utgångspunkt i Boråsmodellen viket innebär att studenterna använder och utvecklar sin informationssökningskompetens inom ramen för kurserna. Studiemetoden har inspirerats av PBL (problembaserat lärande) och kan beskrivas som självständig sökning, analys och bedömning av information (tidigare forskning och andra för sammanhanget relevanta källor) som startar i de frågeställningar och teman som presenteras i undervisningen. Omvänt ska studenten också tränas i att, med utgångspunkt i nyvunnen kunskap, identifiera problem och möjligheter samt identifiera intressanta frågeställningar för forskarsamhället och för praktiken. Särskild vikt läggs vid studentens förmåga att återföra forskningsresultat till praktikens företrädare. Undervisningen sker i form av föreläsningar, övningar, laborationer, seminarier och projektarbeten med individuell handledning.

Termin ett ska etablera den studiemetod som präglar utbildningen och studenten ska efter terminens slut ha goda kunskaper i informationssökning och källkritik. Detta uppnås genom att variera arbetsformerna i terminens fyra kurser så att studenten jobbar såväl individuellt som i olika gruppkonstellationer med att söka fram och presentera (skriftligen och muntligen) aktuell forskning i de frågor som behandlas. Undervisningen består av både traditionella föreläsningar som introducerar olika tema, och seminarier där studenterna tilldelas roller som föredragare, diskussionsledare eller diskutanter.

Vid terminsstart delas studenterna upp i två grupper baserat på bakgrundskunskaper. Studenter med en akademisk bakgrund inom det textila området (dvs. en kandidatexamen inom textilteknik, textilt management eller textil/mode design samt Textilekonomexamen eller motsvarande) registreras på grundkursen Introduktion till Textilt Management och Företagsekonomi (engelsk titel: Introduction to Textile management and Business Administration) 3,5 hp. Studenter med en akademisk bakgrund inom företagsekonomi, industriell ekonomi eller motsvarande utan textil koppling läser istället grundkursen Affärsmannaskap i värdekedjor för textil och kläder (engelsk titel: Business in the textile- and apparel industry) 3,5 hp, som ger dessa studenter en grundläggande kunskap om den textila värdekedjan i modesektorn, från skapandet av nya kollektioner, produktionsstrategier till lanseringen på marknaden i ett varumärkesperspektiv samt grundläggande kunskap om textil materiallära. I denna kurs ingår workshops i de textila laboratorierna.

Utöver introduktionskurserna på 3,5 hp ingår följande gemensamma kurser i termin 1 (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Hållbarhetsinriktade affärsmodeller inom textil och konfektion, (4 hp)
Engelsk titel: Sustainability oriented Business Models in Textile and Apparel
Huvudområde: Textilt management (A1N), Industriell ekonomi (A1N)

Metodologi och vetenskapsteori inom Textilt Management, (7,5 hp)
Engelsk titel: On Methodology and the Philosophy of Science in Textile Managment
Huvudområde: Textilt management (A1N), Företagsekonomi (A1N)

Management av produktutveckling och innovation i textil och konfektion, (7,5 hp)
Engelsk titel: Management of Product Development and Innovation in Apparel and Textile
Huvudområde: Textilt management (A1N), Industriell ekonomi (A1N)

Hållbar styrning av värdekedjor inom textil- och klädindustrin, (7,5 hp)
Engelsk titel: Sustainable supply chain management in apparel and textiles
Huvudområde: Textilt management (A1N), Industriell ekonomi (A1N)

Termin två bygger vidare på kunskaperna inom Textilt Management med den sista fördjupningskursen som fokuserar på den textila värdekedjan utifrån kund- och retailperspektiv. Parallellt med denna kurs läser studenterna en kurs i projektledarskap och entreprenörskap som är en viktig faktor inom textil och konfektionsindustrin. Under sista perioden av andra terminen genomför studenten antingen ett självständigt forskningsarbete i samarbete med företag i regionen och/eller ett av Högskolan i Borås forskningsprogram alternativt en praktik, allt inom ramen för kursen Field Study in Textile Management. Kursen är avsedd att ge studenten en fördjupning och tillämpning av textilt management utifrån den kunskap de fått under det första året.

Under andra terminen läser studenterna följande kurser (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Marknadsföring, försäljning och visuell kommunikation inom klädes- och modesektorn, (7,5 hp)
Engelsk titel: Fashion Retail Marketing and Visual Communication
Huvudområde: Textilt management (A1N), Industriell ekonomi (A1N)

Projektledning och entreprenörskap, (7,5 hp)
Engelsk titel: Project Management and Entrepreneurship
Huvudområde: Textilt management (A1N)

Fältstudier inom Textilt Management, (7,5 hp)
Engelsk titel: Field Study in Textile Management
Huvudområde: Textilt management (A1F)

Vid etappavgång efter halva studietiden kan studenten ansöka om antagning till senare del av program för Master in Textile Management One Year utan specialisering. Kursen Field Study in Textile Management ersätts då av Thesis for One Year Master's Degree in Textile Management (15 hp).

Termin tre består av fyra kurser som alla ger en fördjupning inom huvudområdet textilt management med speciellt fokus på utflöden i den textila värdekedjan. Under tredje terminen läser studenterna följande kurser (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Varumärkesbyggande i modesektorn, ett internationellt perspektiv, (7,5 hp)
Engelsk titel: Fashion Brand Management, an international perspective
Huvudområde: Textilt management (A1F)

Konsumentbeteende i modesektorn, (7,5 hp)
Engelsk titel: Fashion Consumer Behaviour
Huvudområde: Textilt management (A1F)

Avancerad detaljhandel och kommunikation inom modesektorn, (7,5 hp)
Engelsk titel: Advanced Fashion Retail marketing and Communication
Huvudområde: Textilt management (A1F)

Konsumtion och varumärkesbyggande - kulturella perspektiv på modemarknaden, (7,5 hp)
Engelsk titel: Consumption and Branding – Cultural Perspectives on Fashion Markets
Huvudområde: Textilt management (A1F)

Termin fyra genomför studenten ett självständigt forskningsarbete som utmynnar i en masteruppsats om 30 hp (huvudområde Textilt Management A2E). Masteruppsatsen ska ha hög relevans för kunskapsutvecklingen inom textilt management och för

dess praktik. Studenten förväntas demonstrera ett kritiskt förhållningssätt och visa på en stor medvetenhet om samhällsvetenskaplig metod och dess tillämpning. Om studenten genomfört examensarbete för magisterexamen om 15 hp ersätts examensarbetet om 30 hp med ytterligare ett examensarbete om 15 hp samt kurser på avancerad nivå motsvarande 15 hp inom huvudområdet.

Förkunskapskrav

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

Examen

Efter avklarad utbildning motsvarande fodringarna i denna utbildningsplan, kan studenten efter ansökan till högskolan erhålla följande examen:
Filosofie masterexamen med huvudområde textilt management - inriktning Fashion Marknadsföring och Management.

Examens engelska benämning är:
Degree of Master of Science (120 Credits) with a major in Textile Management –specialization in Fashion Marketing and Management;

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer *Diploma Supplement* (engelska).

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär. Mer information finns på högskolans webbplats.

Studentinflytande och utvärdering

Utbildningsledare ansvarar för att studenternas synpunkter på utbildningen inhämtas. Resultaten ligger till grund för utbildningens utformning. En gång per år utvärderas utbildningen som helhet och studenternas resultat och synpunkter och utbildningens sammansättning/genomförande gås igenom för att kontinuerligt förbättra utbildningen och behålla dess nutidsförankring.

För enskilda kurser gäller att kursansvarig lärare ansvarar för att studenternas synpunkter på kursen inhämtas. Resultaten av dessa kursvärderingar ligger till grund för kursens utformning. En gång per termin utvärderas kurserna där utbildningsledaren tillsammans med studierektor och studentrepresentanter går igenom studenternas synpunkter för att kontinuerligt förbättra kursen. Genom ett utbildningsråd, där studentrepresentanter tillsammans med representanter för lärare och näringsliv samtalar kring frågor som berör dagens och framtidens utbildningsmål, har studenterna möjlighet att påverka utbildningen.

I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärdering samt dokument utfärdade av studierektor, kursansvarig och institutionsstyrelse.

Övrigt

Utbildningen har internationell rekrytering.

Undervisningen bedrivs på engelska.