



Magisterutbildning i Fashion Management med inriktning modemarknadsföring

Master in Fashion Management with specialisation in Fashion Marketing and Retailing

60 högskolepoäng

Ladokkod: DMAFM

Version: 4.0

Utbildningsnivå: Avancerad nivå

Fastställt av: Utbildningsutskottet 2011-08-18

Gäller från: HT 2011

Gäller för:

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

Efter genomgången utbildning ska studenten ha färdigheter i och vara väl förberedd för att arbeta i olika ansvarsbefattningar inom handeln med modevaror. Utbildningens mål är också att vara en forskningsförberedande utbildning som i sin tur ger ett teoretiskt och tillämpat perspektiv på ett professionsfält.

Studenten ska efter genomförd utbildning:

- Kunna vidareutveckla kunskap om modemarknadsföring på ett teoretiskt och tillämpat sätt
- Kunna beskriva, identifiera, analysera och ge lösningsförslag på komplexa och verklighetsbaserade problem inom modebranschen
- Kunna beskriva, förstå, reflektera över och analysera värdet av ett varumärke och varumärkesägande.
- Förstå och hantera olika modemarknadsföringsmetoder gentemot slutkund
- Självständigt kunna planera, genomföra och mäta kommunikationskampanjer inom mode- och klädbranschen
- Kunna utbyta kunskaper om modemarknadsföring och varumärkeshantering även med personer utan specialkunskaper inom området
- Kunna stimulera andra till innovationer och lösningar på komplexa problem inom modebranschen.

Innehåll

Utbildningen består av två integrerade delar där den ena innebär att studenten på avancerad nivå får fördjupade kunskaper inom företagsekonomi, särskilt inom marknadsföring med tillämpning på modevaror. Den andra delen är inriktad på områdena visuell kommunikation och konsten att bedriva affärer i textila värdekedjor, särskilt mode- och klädhandeln, där även kundförståelse och köpbeteende är integrerade i kurserna. Kurserna är organiserade för att ge en tydlig och naturlig progression inom ämnesområdet och har både teoretiska och fältstudiebaserade inslag.

Beroende på studentens grundutbildning börjar programmet antingen med Kreativt affärsmannaskap i textila värdekedjor eller med modevarulogistik. Kreativt affärsmannaskap ger en övergripande introduktion till mode och detaljhandel och de processer och strategier som driver företagen. Modevarulogistik handlar om modevarornas logistik och produktion i ett supply och demand chain-perspektiv – är logistiken en kostnad för företagen eller ett viktigt strategiskt område för ökad konkurrenskraft?

Därefter fortsätter programmet med kurser som syftar till att kartlägga konsumentens beteende och beskriva modemarknadsföring i ett handelsperspektiv. Särskilt fokus läggs på varumärkets betydelse. Kursen Konsumentbeteende i modesektorn beskriver hur konsumenter reagerar och agerar på modemarknadsföring. Studenterna utforskar bland annat hur kunders uppfattning om klädbutikers image påverkar köpmönster samt hur extern marknadskommunikation om modevaror tas emot och påverkar kundernas attityder, köpbeteende och lojalitet. Modedistribution och -marknadsföring hanterar detaljhandelns behov av varumärkesutveckling, detaljhandelsformer och de bedömningar som är centrala för modevaror.

Varumärkesstrategier (Fashion Brand Management) handlar om strategisk varumärkeshantering, hur värde byggs och skapas, och hur företagens varumärken kopplas till marknadsföring. Kursen i visuell kommunikation belyser sambandet mellan marknadskommunikation och varumärkesstrategi och hur modebranschen använder grafik och text för att kommunicera dessa värden.

Avslutande kurs före examensarbetet är Konsten att bedriva affärer (Art of business). I denna skall helheten i programmet belysas. Den studerande skall tillägna sig breda och fördjupade kunskaper att följa klädbranschens värdekedja genom att kombinera fungerande arbetsflöden där design, kommunikation och affärsmannaskap ingår som vitala ingredienser.

Examensarbetet (final thesis) är inriktat mot avancerade tillämpningar inom modevaruhandelsområdet. Studenten ska under handledning dels identifiera och formulera ett vetenskapligt problem, dels planera och genomföra en empirisk undersökning samt redovisar samt presenterar resultat och undersökning i uppsatsform enligt vetenskapliga riktlinjer och på seminarium både försvarar det egna arbetet och opponerar på andras arbeten.

Utbildningens arbetsformer är uppbyggda utifrån tre delar: handledning, undervisning och professionsinriktat projektarbete. Den pedagogiska grundtanken bygger på att mindre studentgrupper arbetar med verklighetsbaserade projekt inom området, under handledning av erfarna lärare och praktiker – både från akademi och modeföretag – och redovisar resultat i seminarieform. Syftet är att inspirera och lyfta fram varje students unika kompetenser och att förbereda för det kommande yrkeslivet. När utbildningen är avslutad bedöms studenternas anställningsbarhet vara mycket god och de har förberetts väl för en karriär inom modebranschen i Norden/Europa.

- Kreativt affärsmannaskap i textila värdekedjor (Creative Businessmanship in the Textile Value Chain), 7,5 hp
- *Alternativ: Styrning av försörjnings- och efterfrågekedjor (Supply and Demand Chain Management, 7,5 credits), 7,5 hp eller annan likvärdig kurs.*
- Modedistribution och -marknadsföring (Fashion Retail Marketing), 7,5 hp
- Konsumentbeteende i modesektorn (Fashion Consumer Behaviour), 7,5 hp
- Varumärkesstrategier (Fashion Brand Management), 7,5 hp
- Visuell kommunikation, mode och textil (Visual communication, related to fashion and textile), 7,5 hp
- Konsten att bedriva affärer (Art of Business), 7,5 hp
- Examensarbete (Fashion Management som huvudämne), 15 hp

Förkunskapskrav

Kandidatexamen 180 högskolepoäng inom samhällsvetenskapliga ämnen, teknik, media eller design. Dessutom krävs förkunskaper i engelska motsvarande EnB. Sökande med examen från Sverige, Danmark, Norge, Finland eller Island undantas från språkravet.

Examen

Avklarad utbildning leder till Filosofie magisterexamen med huvudområde fashion management inriktning modemarknadsföring. Examen översätts Master of Science (60 credits) with a major in Fashion Management specialisation Fashion Marketing.

Huvudområde:
Fashion Management

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär.

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

Studentinflytande och utvärdering

För att säkra att programmet och dess kurser stöder syfte och mål har ett strukturerat kvalitetssäkringsprogram initierats på institutionen. Basen för detta är högskolans kvalitetspolicy och andra policies som reglerar högskolans verksamhet. Dessa kompletteras av Textilhögskolans eget system för obligatoriska kursvärderingar och schemalagda utvärderingsmöten med studenter och ansvarig personal. På dessa möten utvärderas kurser i relation till varandra och i relation till programmets övergripande mål. Förutom detta hålls regelbundna programmöten varje månad med studenter och utbildningsledaren. Studenter har också valda representanter i institutionsstyrelsen. Utbildningsledaren håller regelbundna såväl informella som formella möten med studenterna. Dessa möten utgör ett viktigt forum för att snabbt identifiera problem och introducera förslag

och idéer från studenterna i programmet. Utbildningsledaren är ansvarig för att säkra progression i alla kurser och för att strukturera undervisningsmetoder i ett program med en stor mängd gästlärare.

Övrigt

Undervisningen bedrivs på engelska.

Utbildningsplanen ersätter tidigare utbildningsplan med Dnr 315-10-510.

Undervisningen bedrivs på engelska.