HÖGSKOLAN I BORÅS

Textilekonomutbildning
Bachelor Programme in Textile Management and Business Administration
180 högskolepoäng

Ladokkod: DTEKO
Version: 16.0
Utbildningsnivå: Grundnivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-05-06
Gäller från: HT 2020
Gäller för:

Allmänna mål
Utbildning på grundnivå skall utveckla studenternas
- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser skall studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att
- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(Högskolelagen 1 kap 8§)

Utbildningens mål
Kandidatprogrammet i företagsekonomi med inriktning textilekonomi och fördjupning inom marknadsföring och inköp av textil och mode skall vara en nationell resurs, som genom sitt kvalificerade innehåll skall öppna för yrkesroller inom marknadsföring, handel, samt inköp, främst inom textil- och modeindustrin utan att vara begränsad till denna.

Inriktningen textil och mode innebär att studenten skall kunna göra affärsmässiga överväganden kopplade till en textil- och modevärdekedjas dimensioner. I denna är företagsekonomi, marknadsföring, inköp, logistik, produktion och hållbarhet viktiga komponenter och den vetenskapligt grundade kunskapen är inte bara tillämpbar, utan utvecklar även textil- och modebranschen.

Kopplingen till aktuell vetenskap i företagsekonomi med inriktning marknadsföring och inköp av textil och mode, textil produktion och den textila värdekedjan ska vara tydlig.

Programmets företagsekonomiska inriktning innebär att det ger möjlighet till behörighet för masterutbildningar i företagsekonomi och textilt management.

Utbildningens specifika mål
Utbildningens mål är att studenten ska tillgodogöra sig följande:

1. Kunskap och förståelse
Studenten ska, efter genomgånget program:
1.1. visa kunskap och förståelse inom det företagsekonomiska huvudområdet med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode, inbegripet kunskap om företagsekonomins vetenskapliga grund, kunskap om tillämpliga metoder inom området och en fördjupning inom inköp och marknadsföring av textil och mode.
1.2. Visa grundläggande kunskap och förståelse inom textil produktion om metoder och processer i väveriteknik, trikåteknik, materiallära, färgeri, tryckeri, beredning och konfektion samt ha tillägnat sig praktisk erfarenhet från produktionsmaskiner inom respektive område.
1.3. Visa kunskap och förståelse om vetenskapligt grundade metoder, modeller och teorier för ekonomisk styrning av den

globala textila värdekedjan, dels inom textil produktion dels inom företagsekonomi inriktat på marknadsföring, inköp, ekonomisk styrning och hållbar utveckling.

2. Färdighet och förmågor
Programmets mål avseende visad färdighet och förmåga är att, på både svenska och engelska:
2.1. Söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i problemställningar inom det företagsekonomiska huvudområdet med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode samt kritiskt diskutera tillhörande företeelser, frågeställningar och situationer.
2.2. Söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning inom den textila värdekedjan samt kritiskt diskutera tillhörande företeelser, frågeställningar och situationer.
2.3. Självständigt och i grupp identifiera, formulera, och lösa problem samt genomföra uppgifter inom givna tidsramar.
2.4. Skriftligt och muntligt redogöra för och diskutera information, problem och lösningar inom företagsekonomiska frågeställningar med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode, textil produktion och den textila värdekedjan i dialog med olika grupper.
2.5. Beskriva och analysera problemställningar i företagsekonomi, textil produktion och den textila värdekedjan utifrån behov i olika grupper, samhälleliga perspektiv samt ekonomisk, social och hållbar utveckling.
2.6. Att förbereda självständigt arbete inom företagsekonomiska yrkesroller, såväl generellt som inriktat mot marknadsföring och inköp av textil och mode.

3. Värderingsförmåga och förhållningssätt
Studenten skall utveckla värderingsförmåga och förhållningssätt så att studenten kan visa
3.1. Förmåga att inom företagsekonomiska frågeställningar med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga, etiska och hållbarhetsmässiga principer inom produktion, utveckling och forskning.
3.2. Visa insikt om företagsekonomiska kunskapens roll i samhället, och om människors ansvar för hur den används.
3.3. Förmågan att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap inom företagsekonomiska frågeställningar med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode, textil produktion och styrning av den textila värdekedjan.

Innehåll

Det första året ger grundläggande begreppslig förståelse för huvudområdet företagsekonomi inom management, redovisning, marknadsföring och finansiell planering, samt kunskaper om processer, produktion och material i textil och mode samt kvantitativ marknadsundersökningsmetodik.

Det andra året fördjupar studentens förmåga att analysera och finna lösningar till företagsekonomiska problem generellt och speciellt inom textil och mode. Studenten lär sig samarbeta, kommunicera, definiera uppgifter och lösa problem inom det företagsekonomiska huvudområdet på engelska. Här finns möjlighet till en valbar utlandstermin på vårterminen.

Under det tredje året fördjupas kunskaperna i det företagsekonomiska huvudområdet med särskild betoning på marknadsföring och inköp av textil och mode. Förmågan att samarbeta, kommunicera, definiera uppgifter och lösa problem inom det företagsekonomiska huvudområdet på engelska fördjupas. Studenten får kunskap och förståelse i textil sammansättning, analys av trender, produktanalys samt konfektion inom textil- och mode. Den vetenskapliga metodkursen förbereder det självständiga arbetet för kandidatexamen i företagsekonomi med inriktning textilekonomi.

KURSLISTA ÅR 1
Företagsekonomi
- Grundläggande marknadsföring 7,5 hp.
- Kreativt management 7,5 hp.
- Redovisningens grunder och tekniker 7,5 hp.
- Finansiell planering 7,5 hp.

Textil produktion
- Väveriteknik 7,5 hp.
- Trikåteknik 7,5 hp.
- Textil materiallära – grundkurs 7,5 hp.

Metodik
- Kvantitativ marknadsundersökningsmetodik 7,5 hp.

KURSLISTA ÅR 2
Företagsekonomi
- Ekonomistyrning 1,7,5 hp.
- Externredovisning 1, 7,5 hp.
- Logistik och styrning av försörjningskedjor 7,5.
- Strategisk marknadsföring 7,5 hp.
- Företagande och affärer i textil- och modebransch 7,5hp.

- Internationellt ledarskap 7,5 hp.

Textil produktion

- Färgning o beredning 7,5 hp.
- Hållbar textil affärs- och produktveckling 7,5hp.

KURSLISTA ÅR 3

Företagsekonomi

- Management och estetik med inriktning mot modekommunikation 7,5 hp.
- Internationellt företagande 7,5 hp.
- Inköp 7,5 hp.
- Självständigt arbete för kandidatexamen inom företagsekonomi 15 hp.

Textil produktion

- Textil produktion 15hp.

Metodik

- Forskningsmetoder på kandidatnivå 7,5 hp.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet + Matematik 3b / 3c, Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2.
Eller:
Engelska B, Matematik C, Samhällskunskap A.

Examen

Filosofie kandidatexamen i företagsekonomi - inriktning textilekonomi:
Examen översätts med Bachelor of Science with a major in Business Administration - specialisation Fashion and Textile

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

Studentinflytande och utvärdering

Som en del av kvalitetsarbetet utvärderas såväl enskilda kurser som programmet som programmet som helhet i enlighet med högskolans policy för kursutvärdering.

Utvärderingen av utbildningsprogrammet görs läsårsvis och delges studenterna via programmöten.

Utvärderingarnas resultat är en värdefull utgångspunkt för Textilhögskolans kurs- och programutveckling.

Studenterna har stora möjligheter att påverka sin utbildning bl.a. genom sina representanter i institutionsstyrelsen och utbildningsutskottet. Studenterna kan också påverka sin utbildning via sina representanter i de vid institutionen verksamma utbildningsråden.

I dessa utbildningsråd samtalar student- och lärarrepresentanter samt representanter från textil och modebranschen kring frågor som berör utbildning, liksom dess relevans i förhållande till samhällsutvecklingen och arbetsmarknaden allmänt och mer specifikt inom respektive del av textil och modebranschen.

Övrigt

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.