



Masterutbildning i textilt management med inriktning fashion management **Master programme in textile management with specialization fashion management**

120 högskolepoäng

Ladokkod: SAFMA

Version: 1.2

Utbildningsnivå: Avancerad nivå

Fastställd av: Utbildningsutskottet 2011-10-24

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

Masterutbildningen i textilt management ska vara en nationell resurs med global attraktionskraft. Den ska möjliggöra kvalificerade arbets- och utvecklingsledande befattningar inom företrädesvis, men ej begränsat till, textil industri och handel. Utbildningen är inriktad mot hantering av modesektorns marknad, där designprocessen har en avgörande roll, men där varumärkesbyggande, konsumentkunskap, handel och ekonomi, affärsförmåga och kommunikation också är ytterst väsentliga för resultatet. Den ska vara väl förankrad i forskningen på området, ha stark professionskoppling och därtill bereda studenten på egen verksamhet inom branschen. Innovationsförmågan ska uppmuntras för att tillsammans med djupa ämneskunskaper bidra till nyföretagande i branschen. Utbildningen ska ge miljö- och resurshushållnings-, globaliserings- och etikmedvetenhet. Nätverksbyggande redan under studietiden är viktigt och gynnas i Textilhögskolans miljö med samverkan mellan design, teknik och management.

Under utbildningens andra år förväntas studenterna genomföra sina studier med en högre grad av självständighet och ansvar, och de ska då också visa enligt utbildningsmålen sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller annan kvalificerad verksamhet. Särskilda lärandemål är följande, där studenten ska ha tillägnat sig adekvata kunskaper, färdigheter och förhållningssätt under utbildningen, och vilka också uppfyller kraven i högskoleförordningens examensordning:

1. Kunskap och förståelse

Utbildningen är sammansatt så att den färdige masterstudenten ska kunna

- 1.1 uppvisa och tillämpa breda kunskaper om textila processer, metoder och tillämpningar i ett managementperspektiv, samt fördjupade kunskaper om den textila värdekedjan, med tonvikt på varumärkesbyggande, konsumentkunskap, handel och ekonomi, affärsförmåga och kommunikation,
- 1.2 kritiskt och systematiskt inhämta litteratur och teori inom de områden som huvudområdet textilt management berör,
- 1.3 analysera och finna lösningar på organisatoriska frågor om textila flöden, marknadsföring och märkeshantering, och
- 1.4 integrera och tillämpa kunskaper inom huvudområdet i forskning, utveckling och annan kvalificerad verksamhet.

2. Färdighet och förmåga

Studenten ska visa förmåga att

- 2.1 kritiskt och systematiskt integrera kunskap och att ta ställning till, analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser och situationer i samband med modemarknadens frågeställningar,

- 2.1 planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna ramar,
- 2.3 snabbt inhämta nya organisatoriska kunskaper och tillämpa dessa för moderrelaterad utveckling och förnyelse genom att skapa, analysera och kritiskt utvärdera olika marknadsanknutna lösningar,
- 2.4 utveckla och utforma textila processer och system med hänsyn till människors förutsättningar och behov och samhällets mål för ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling,
- 2.5 delta i lagarbete och samverkan i grupper med olika sammansättning,
- 2.6 klart redovisa kunskaper, planer och uppnådda resultat i tal och skrift såväl på svenska som på engelska, och
- 2.7 delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller självständigt arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

3. Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten ska ha förvärvat kunnande och färdigheter för att verka i ett samhälleligt och ett organisatoriskt sammanhang, vilket innefattar att kunna

- 3.1 göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter och visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete,
- 3.2 visa insikt om vetenskapens och teknikens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används,
- 3.3 identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen,
- 3.4 planera och genomföra utveckling av modedistributionssystem så att de motsvarar givna specifikationer,
- 3.5 utreda och formulera efterfrågekrav på sådana system med hänsyn till sociala, ekonomiska och kulturella synpunkter och värderingar för att kunna utforma lösningar som tar till vara och motsvarar användarnas förutsättningar och behov,
- 3.6 förstå och beakta näringslivets och forskningens växelverkan med samhälle, individ och miljö,
- 3.7 sätta sig in i alternativa perspektiv, värderingssystem och uttryckssätt, och samverka och kommunicera med olika kategorier av kompetens nationellt och internationellt.

Innehåll

Undervisningen sker i form av föreläsningar, övningar, laborationer, seminarier och projektarbeten med individuell handledning. Kurserna på avancerad nivå är planerade för att förbereda för såväl vidare forskarutbildning som för kvalificerade befattningar i professionell verksamhet. Programmet är utformat för att studenterna ska utveckla den vetenskapliga förståelsen av den textila värdekedjans processer och funktioner, samtidigt som de tillämpar dessa analytiskt och praktiskt

för att självständigt lösa specifika flödesrelaterade problem inom exempelvis logistik, marknadsföring och varumärkeshantering och med miljö, företagande och etik i åtanke, förutom att förstärka och vidareutveckla ett intresse för ledning, styrning och kvalificerad hantering av textil- och modeförsörjning. De olika inriktningarna representerar olika delar av värdekedjan den här beskrivna inriktningen på fashion management är huvudsakligen orienterad mot delen design-till-kund medan inriktningen på styrning av värdekedjan huvudsakligen gäller design-till-distribution. Inriktningarna möts i några gemensamma kurser och innefattar en i viss mån valbar specialisering andra året.

Specialiseringen kan här göras utefter två spår, design management eller retailing. Den inledande kursen i kreativt affärsmannaskap syftar till att både förmedla till studenter med ringa tidigare textilutbildning en förståelse för textil- och modesektorns särskilda karaktär, metoder och frågeställningar och ge studenter med sådan textil bakgrund en ökad förståelse för och andra perspektiv på värdehöjande åtgärder och ingående affärsprocesser i textil- och modesektorn.

Ämnen enligt följande förteckning ingår i programmet textilt management med inriktning fashion management. Ingående kurser representerar på ett logiskt sätt en verklighetsnära progression i den textila värdekedjan, som genomgående är komplex från idé och design till marknad, kundbeteende och restprodukthantering. Under utbildningens andra år förväntas studenterna genomföra sina studier med en högre grad av självständighet och ansvar, och de ska då också visa enligt utbildningsmålen sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller annan kvalificerad verksamhet.

Programmet har som nämnts två specialiseringsalternativ, mot analys av designprocessens roll (D) eller mot retailing (R).

Första året (LP1-4; viss omflyttning kan ske)

Kreativt affärsmannaskap i den textila värdekedjan (7,5 hp)

Värdekedjan i modesektorn, från skapandet av nya kollektioner, produktionsstrategier till lanseringen på marknaden i ett varumärkesperspektiv. (1.1–1.3; 2.1–2.6; 3.3–3.5)

Fashion brand management (7,5 hp)

En fördjupning i skapandet och utvecklingen av varumärken som en strategisk tillgång utifrån ett företags eller ett designentreprenöriellt perspektiv samt utveckling av företags affärsidé utifrån ett varumärkesperspektiv (1.1–1.4; 2.1–2.6; 3.1–3.5)

Fashion Retail Marketing (7,5 hp)

Utveckling av detaljhandeln och hur butiken är en del av företags marknadsföring och relationsskapande med konsumenter. Kursen innehåller dels ett historiskt perspektiv, dels ett framtidsperspektiv med olika scenarier för detaljhandelns framtida gestaltning. (1.1–1.4; 2.1–2.6; 3.3–3.5)

Fashion Visual Communication (7,5 hp)

Användning av olika visuella, tryckta och digitala kommunikationsmedel och skapandet av olika budskap i ett varumärkes- och konsumentperspektiv. (1.1–1.3; 2.2–2.3; 2.5–2.6; 3.3–3.5)

Konsten att bedriva affärer (7,5 hp)

Processer för innovationsdriven utveckling där design, konst och forskning samspelar för att identifiera och skapa modeller för hur företag kan bli framgångsrika på en mogen marknad. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.7)

Konsumentbeteende i modesektorn I (7,5 hp)

Fördjupning i teorier om konsumentbeteende, konsumtionstrender och hur konsumentkultur utvecklas i modesektorn. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.3; 3.6–3.7)

Projektledning och entreprenörskap (7,5 hp)

Projektledningens organisation och kommunikation. Sammansättning av team och speciellt samarbete mellan olika discipliner. Innovation, patent, design, funktion, estetik och ergonomi. Kalkylering, budgetering, finansieringsfrågor. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.7)

Vetenskaplig metodik och kommunikation (7,5 hp)Fördjupat vetenskapligt förhållningssätt och tillämpning av vetenskapliga metoder i undersökningar och forskningsarbeten och kommunikation av dessa. Värdering av vetenskapliga texter, källkritik, referenshantering. (1.2–1.4; 2.1–2.3; 2.5–2.7; 3.1–3.3; 3.6–3.7)

Andra året (LP1-4; viss omflyttning kan ske)

Fältstudie i textilt management (15 hp)

Fältstudien är avsedd för att analysera och fördjupa problemställningar relaterade till textil och mode. Den ska bedrivas inom en moderelaterad verksamhet eller utifrån en modeorienterad problemställning i samarbete med företag, institution eller annan extern partner och ska ge studenten en fördjupning och tillämpning av genomgångna kurser inom fashion management. Den specifika problemfördjupningen väljer studenten i samråd med företag och handledare och kan vara en förstudie för examensarbetet, en kvalificerad praktikperiod, där masterprogrammets utbildning får användning, eller ett avgränsat, tillämpat forskningsprojekt. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.7)

Designmetodik (D: 7,5 hp) eller Avancerad detaljhandel (R: 7,5 hp)

D: Teoretiska grunder och principer för systematiskt designarbete. Tillämpad designmetodik för att förstå designmetodikens roll i designprocessen. Krav som ställs på produkter och hur dessa bemöts under designprocessen. Beskrivning och analys av designprocessens betydelse för den textila värdekedjan med tillämpning i egna projekt.

R: Fördjupning av retail management med fokus på framtida trender inom handel. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.7)

Management och estetik (D: 4,5 hp) eller Konsumentbeteende II (R: 7,5 hp)

D: Att bygga varumärkesvärde för mode och textil och underhålla och kommunicera detta genom att tillämpa modern grafisk design och fotografi. Estetisk marknad och sociologiska marknadsaspekter.

R: Fördjupning av konsumentbeteende i ett kulturellt och hållbart perspektiv. (1.1–1.2; 1.4; 2.1–2.3; 2.5–2.7; 3.1–3.7)

Examensarbete i textilt management (30)

Det avslutande arbetet i masterutbildningen, där förvärvade kunskaper och ett vetenskapligt och professionellt förhållningssätt används för att genomföra en större projektuppgift med problemlösning där analys och dragna slutsatser ingår. (1.1–1.4; 2.1–2.7; 3.1–3.7)

Förkunskapskrav

Kandidatexamen (180 hp inom teknik, design, ekonomi eller media samt engelska B eller motsvarande utgör behörighetskrav till studier på avancerad nivå i masterutbildningen i textilt management.

För tillträde till utbildningens andra år krävs minst 45 hp godkända moment under första året.

För att påbörja examensarbetet (masteruppsatsen) krävs minst 60 hp godkända moment i utbildningen.

Examen

Examensbenämningen är filosofie master i textilt management med inriktning fashion management.

Examens engelska benämning är Master of Science in Textile Management with specialization Fashion Management.

Examen ger behörighet till forskarstudier inom textil och mode.

Huvudområde:

- Textilt management

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 går 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, och undervisningen bedrivs på engelska. Examen ger behörighet till forskarstudier inom textil och mode.

Undervisningen bedrivs på engelska.