



Magisterutbildning i textilt management med inriktning fashion management Master programme (One Year) in textile management with specialisation fashion management

60 högskolepoäng

Ladokkod: TAFMA

Version: 1.0

Utbildningsnivå: Avancerad nivå

Fastställt av: Forsknings- och utbildningsnämnden 2012-06-13

Gäller från: HT 2013

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

Magisterutbildningen i textilt management med inriktning fashion 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 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.

1. Kunskap och förståelse

Utbildningen är sammansatt så att den färdige studenten ska kunna

- 1.1 uppvisa och tillämpa översiktliga kunskaper om textila processer, metoder och tillämpningar i ett managementperspektiv samt 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 tillämpa kunskaper inom huvudområdet i forskning, utveckling och annan kvalificerad verksamhet.

2. Färdighet och förmåga

Studenten ska visa förmåga att

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

- 2.1 självständigt identifiera, formulera, planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna ramar,
- 2.3 inhämta ny organisatorisk kunskap och tillämpa den för moderaterad utveckling och förnyelse genom att skapa, analysera och kritiskt utvärdera olika marknadsanknutna lösningar,
- 2.4 utveckla 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 samverka 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 arbeta i annan kvalificerad verksamhet.

3. Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten ska ha förvärvat kunskande 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 viss 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 utveckling av modedistributionssystem så att de motsvarar givna specifikationer,
- 3.5 utreda 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 samt samverka och kommunicera med olika kategorier av kompetens.

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. Utbildningen representerar olika delar av värdekedjan.

Ämnen enligt nedanstående 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 restproduktshantering.

Läsperiod 1-4; (viss förändring mellan läsperioder 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)

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 och referenshantering. (1.2-1.4; 2.1-2.3; 2.5-2.7; 3.1-3.3; 3.6-3.7)

Examensarbete i textil management (15 hp)

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

Förkunskapskrav

Kandidatexamen 180 hp inom samhällsvetenskapliga ämnen, teknik eller design eller motsvarande. Dessutom krävs förkunskaper i En B eller motsvarande.

Examen

Examensbenämningen är filosofie magisterexamen med huvudområde textilt management med inriktning fashion management.

Examens engelska benämning är Master of Science (60 credits) with a major in Textile Management Specialisation Fashion Management.

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.