HÖGSKOLAN I BORÅS

Butikschefsutbildning med inriktning mot textil och mode
Retail Education with Specialization in Textile and Fashion
180 högskolepoäng

Ladokkod: TGMBU
Version: 7.0
Utbildningsnivå: Grundnivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2017-06-14
Gäller från: HT 2017
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
Studenten skall efter genomförd utbildning behärska kunskap för att ha förmågan att bedriva detaljhandel på avdelnings- eller butiksnivå såväl digitalt som i en fysisk modebutik. Med detta menas, att besitta goda kunskaper inom områden som, ledningsförmåga, marknadsföring, butiksekonomi, den textila värdekedjan, inköps- och logistikrutiner samt konsumentbeteende och i övrigt säljfrämjande åtgärder, samt att kunna tillämpa dessa. Studenten skall även ha utvecklat sin förmåga att planera, kommunicera och utvärdera handlingsalternativ.

Efter avslutad utbildning med godkänt resultat ska studenten:

Kunskap och förståelse
1.1 kunna definiera den textila värdekedjan samt visa kunskap och förståelse för huvudområdet textilt managements vetenskapliga grund i ett detaljhandelsperspektiv.
1.2 kunna redogöra för ledarskap och hur det påverkas av förutsättningarna i en detaljhandelsmiljö.
1.3 kunna förklara tillämpliga ekonomiska och kommersiella metoder i fysisk och digital textil detaljhandel.
1.4 kunna visa förståelse för etiska sammanhang med fokus på ansvarsfullt företagande i relation till produkt, företag och samhälle.
1.5 kunna visa fördjupad kunskap inom någon del av huvudområdet textilt management samt orientering om aktuella forskningsfrågor.

Färdighet och förmåga
2.1 visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer.
2.2 att använda sina kunskaper inom textil, ekonomi, och ledarskap för att skapa en konkurrenskraftig detaljhandelsmiljö.
2.3 förstå och tillämpa samspelen i en internationell textil värdekedja ur ett detaljhandelsperspektiv med kunden i fokus.
2.4 skriftligen och muntligen, i grupp och självständigt, kunna presentera och diskutera kunskap och problem inom textil detaljhandel,
2.5 självständigt identifiera och formulera problemställningar inom textilt management och finna lösningar på dessa.
2.6 kunna analysera hur krav på hållbar utveckling påverkar produkt, företag och samhälle inom textil detaljhandel.

2.7 kunna använda aktuell forskning inom en detaljhandelsmiljö för att skapa säljfrämjande åtgärder samt utvärdera dess resultat.
2.8 självständigt kunna genomföra en vetenskaplig empirisk undersökning inom givna tidsramar.

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 ha kunskap om och kunna hantera etiska frågeställningar inom textilt management för att genom sitt förhållningssätt främja ett positivt samspel mellan aktörerna inom den textila detaljhandeln och skapa en hållbar samt säljande fysisk och digital detaljhandelsmiljö.
3.2 kunna bedöma den textila värdekedjans påverkan i ett globalt perspektiv och i en kulturell kontext.
3.3 kunna visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används.
3.4 kunna värdera, jämföra och göra bedömningar inom den textila värdekedjan på en internationell detaljhandelsmarknad med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter.
3.5 kunna visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och utveckla sin kompetens.

Innehåll

De första två åren på utbildningen syftar till att ge studenten en god inblick i de grundläggande förutsättningarna för textil detaljhandel betraktat ur ett flertal perspektiv vilka är relevanta för arbete inom textil detaljhandel i fysiska butiker såväl som digitala. Studenten får även under dessa år grundläggande kunskap kring textila material och tekniker, produktion, färgning och produktutveckling. Utöver detta får studenten även möjlighet att anknyta till professionen genom att delta i verksamheten på ett textilt detaljhandelsföretag och därmed fördjupa sig inom de delar av den textila värdekedjan som berör distribution av textila produkter, handel, organisering, marknadsföring och kontakten med konsumenten.

Det tredje årets kurser är tydligare inriktade mot förutsättningar för ledarskap i en textil detaljhandelsmiljö. Kurserna ger förutom fackkunskaper även studenterna verktyg för att kritisk granska och utvärdera och på så sätt utveckla verksamheten i en kommande yrkesroll inom textil detaljhandel. Studenten har även möjlighet att under höstterminen i årskurs tre förlägga sina studier vid något av Textilhögskolans partnerlärosäten utomlands. I det avslutande examensarbetet ska studenterna utifrån sina, under utbildningen, förvärvade kunskaper självständigt planera, genomföra och dokumentera en vetenskaplig undersökning inom textil detaljhandel.

Genomgående i utbildningen finns ett fokus på hållbar utveckling avseende miljö, sociala frågor och ekonomi. Med detta menas att studenten får förståelse för produktens livscykel, från produktion till destruktion vilket belyser främst miljö, jämställdhet och etiska värden i den globala textila värdekedjan.

Nedan redovisas de kurser som ingår i utbildningen och vilka av utbildningens mål som respektive kurs omfattar. Ett mål kan finnas i flera kurser och kurserna bidrar således tillsammans till att studenten når det aktuella målet. Kurserna redovisas inte i kronologisk ordning och viss justering kan ske med kursernas placering mellan läsåren.

LÄSÅR 1

Hösttermin

Grundläggande företagsekonomi, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande helhetssyn av hur företag organiseras och styrs med hjälp av företagsekonomiska modeller.

Grundläggande affärsmannaskap längs den textila värdekedjan, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande förståelse för det textila företagets design- och produktionsprocess från idé till färdigt produkt samt hur ett textilt företag verkar och hur textil produktion samt handel går till.

Trikåteknik, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper inom industriell trikåproduktion samt framställning av material för produkter i trikå.

Ledarskap och organisation i textil detaljhandel, 7,5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande förståelse för ledarskap och organisation i en textil detaljhandelsmiljö.

Vårtermin

Textil materiallära grundkurs, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om textila material, textila materials framställning, egenskaper och

användningsområden samt utvecklingstendenser inom det textila materialområdet.

Marknadsföring, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Grundläggande företagsekonomi samt Grundläggande affärsmannaskap längs den textila värdekedjan. Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om grundläggande marknadsföringsfilosofier och hur viktiga faktorer i ett företags externa och interna omgivning påverkar marknadsföringen.

Redovisningens grunder och tekniker, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kursen Grundläggande företagsekonomi och syftar till att ge studenten en förståelse för helheten i budgeterings- och redovisningsprocessen.

Väveriteknik, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande förståelsen för industriellt vävda textila produkter och hur dessa produkter produceras.

LÄSÅR 2

Hösttermin

Färgning och beredning, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Trikåteknik, Väveriteknik samt Textil materiallära och syftar till att ge studenten kunskap om hur textila tyger och material kan behandlas för att erhålla vissa egenskaper genom färgning och beredning.

Säljteknik och butikskommunikation, 7,5 hp
Kursen bygger vidare på kursen Grundläggande affärsmannaskap längs den textila värdekedjan samt Marknadsföring och syftar till att ge studenten förståelse för arbetet med säljfrämjande åtgärder för ökad försäljning, nöjdare kunder och ökad lönsamhet inom textil detaljhandelsdistribution.

Konfektionsteknik med textil produktanalys, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Trikåteknik, Väveriteknik, Färg och beredning med reklamationshantering samt Grundläggande affärsmannaskap längs den textila värdekedjan. Kursen syftar till att ge studenterna kunskap om hur en textil produkt konfektioneras samt vilka aspekter inom textil konfektion som är viktiga ur organisations och kvalitetsperspektiv.

Juridik inom detaljhandel, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper inom avtals-, associations-, arbets-, och privaträtt.

Vårtermin

Inköp och miljö, 7.5. hp
Kursen bygger vidare på kurserna Grundläggande företagsekonomi, Grundläggande affärsmannaskap, Säljteknik och butikskommunikation och Marknadsföring. Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om hur ett företag arbetar med inköp och distribution samt hur en hållbar utveckling integreras i textil detaljhandel.

Handelns digitalisering, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper inom detaljhandel via Internet men även kunskaper om hur digitalisering påverkar den fysiska handelns uttryck, format, hållbarhetsarbete, medarbetarskap och konsumenters köpbeteende.

Fältstudie inom detaljhandel, 15 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Grundläggande företagsekonomi, Grundläggande affärsmannaskap, Säljteknik och butikskommunikation, Marknadsföring samt Inköp och miljö. Kursen syftar till att ge studenten möjlighet att genom deltagande i ett detaljhandelsföretag använda och värdera de teoretiska och praktiska kunskaper inom textilt management som tillägnats genom tidigare kurser.

LÄSÅR 3

Hösttermin

Framtidens modebutik, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på de första två årens kurser inom textilt management, framförallt kurserna Säljteknik och butikskommunikation, Digital handel samt Marknadsföring. Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om hur distribution och försäljning kan organiseras och utvärderas i både fysiska butiker samt andra former av distributionskanaler (t.ex. e-handel)

inom textil detaljhandel.

Marknadskommunikation, 7,5 hp
Kursen tar upp dominerande teoribildning inom marknadskommunikationsområdet från ett beskrivande och problematiserande perspektiv samt gör fördjupade analyser av samtida kampanjexempel. Kursen utgår ifrån ett varumärkesperspektiv och behandlar bland annat målgrupper, val av kanaler och medier.

Ledarskap och hållbar textil utveckling, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Ledarskap och organisation i textil detaljhandel samt Inköp och miljö och fördjupar studenternas kunskaper om ledarskap och hur en textil detaljhandelsmiljö kan utvecklas ur ett hållbart perspektiv.

Textilt management i ett detaljhandelsperspektiv, 7.5 hp
Kursen kopplar ihop Ledarskap och hållbar textil utveckling samt Framtidens modebutik och syftar till att fördjupa studenternas förmåga till verksamhetsutveckling av en textil detaljhandelsmiljö ur ett managementperspektiv.

Alternativt studera kurser under höstterminen vid ett utländskt lärosäte, 30 hp

Vårtermin

Konsumentbeteende i ett textil managementperspektiv 7.5 hp
Kursen syftar till att ge kunskap och förståelse för konsumtion och konsumentbeteende i ett textilt managementperspektiv. Kursen bygger vidare på kurserna Marknadsföring och Kommunikation, mode och detaljhandel.

Vetenskaplig metod, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på de inslag av vetenskaplig metod som studenterna möter under de första två åren av utbildningen, speciellt i kurserna Marknadsföring, Inköp och miljö samt Fältstudie. Kursen behandlar forskningssyfte, val av metod och redovisning av resultat, kvalitativa och kvantitativa metoder samt fördjupning genom litteraturstudier.

Självständigt arbete för kandidatexamen inom textilt management, 15 hp
I examensarbetet ska studenten utifrån sina, under utbildningen, förvärvade kunskaper självständigt planera, genomföra och dokumentera en undersökning byggd på en litteraturstudie och en empirisk undersökning inom textil detaljhandel.

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet + Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2, Matematik 2a / 2b / 2c.
Eller:
Engelska B, Samhällskunskap A, Matematik B.

Examen

Efter avklarad utbildning motsvarande fordringarna i denna utbildningsplan, kan studenten efter ansökan till högskolan erhålla följande examen:
Filosofie kandidatexamen med huvudområde textilt management - inriktning textil detaljhandel.
Engelsk översättning av examensbenämningen:
Bachelor of Science with a major in Textile Management - specialisation Textile Retailing.

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

Som en del av kvalitetsarbetet utvärderas såväl enskilda kurser som programmet som helhet i enlighet med högskolans policy för kursutvärdering. En gång per år utvärderas utbildningen som helhet och studenternas synpunkter och utbildningens sammansättning och genomförande granskas 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. 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 ge synpunkter och påverka utbildningen.

Övrigt

Diarienr: 453-17

Undervisningen bedrivs både på svenska och engelska.