HÖGSKOLAN I BORÅS

Management och estetik med inriktning mot modekommunikation
Management and Aesthetics in Fashion Communication

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 51ME02
Version: 7.0
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2018-06-11
Gäller från: HT 2018

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G2F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Avklarat minst 112,5 hp inom Textilekonomprogrammet eller motsvarande.
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen inkluderar tillämpad marknadskommunikation och varumärkesbyggande där man arbetar med en hållbar affärsidée inom textil och mode. Vidare behandlas grundläggande visuell kommunikation och grafisk design samt trendanalys inom mode i bild och text utifrån ett varumärrkesperspektiv.

Mål

Efter avklarad kurs ska studenten kunna,

Kunskap och förståelse
1.1 beskriva grundläggande begrepp inom inom tillämpad marknadskommunikation,

Färdighet och förmåga
2.1 analysera trender inom mode,
2.2 utveckla ett företags visuella kommunikation utifrån ett varumärkesperspektiv,
2.3 genomföra en presentation med visuella hjälpmedel, bild, film och skrift,
2.4 tolka och kommunicera den visuella kommunikationen av ett varumärke,
2.5 använda mjukvara för att genomföra ett grundläggande uppdrag inom varumärkeskommunikation,
2.6 planera och genomföra sitt lärande i grupp med givna tidsramar,
2.7 skriva en vetenskaplig text,

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 värdera ett företags visuella kommunikation och varumärkesidentitet utifrån ett hållbarhetsperspektiv samt
3.2 värdera akademisk litteratur inom visuell- och varumärkeskommunikation.

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av

- föreläsningar
- seminarier
- projektarbete.

Undervisningen bedrivs på svenska och engelska.

Examinationsformer

Skriftlig reflexiv kursrapport
Lärandemål: 1.1, 2,1, 2.4, 2.7, 3.1, 3.2, 3.3
Högskolepoäng: 3.5
Betygsskala: U/G/VG

Inlämningsuppgifter
Lärandemål 1.1, 2.1, 2,2, 2.3, 2.4, 2.5, 2,6
Högskolepoäng: 3.0
Betygsskala: U/G

Seminariedeltagande, opposition och presentation
Lärandemål 1.1, 2.1, 2,2, 2.3, 2.4, 2.5, 2,6, 3.1
Högskolepoäng: 1,0
Betygsskala: U/G

Som betyg för hel kurs används något av uttrycken underkänd, godkänd eller väl godkänd. För att få godkänt krävs godkänt på samtliga moment, för väl godkänt krävs dessutom väl godkänt på den skriftliga reflexiva kursrapporten.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Brannon, E. L. (2015). *Fashion Forecasting: Research, Analysis, and Presentation,* 4:e utgåvan, Fairchild, New York.

Bergström, B., (2017). *Effektiv visuell Kommunikation,* Carlssons förlag, Stockholm

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informeras om via lärplattformen (max 200 sidor).

Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

Övrigt

Kursen är i första hand en programkurs för Textilekonomutbildningen.