



## Management och estetik med inriktning mot produktkommunikation Management and Aesthetics in Product Communication

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** 51SM01

**Revision:** 11.0

**Fastställd av:** Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2012-08-22

**Gäller från:** HT 2012

**Nivå:** Grundnivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G2F)

**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap

**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi

**Förkunskapskrav:** Avklarat minst 120 hp inom Textil produktutveckling och entreprenörskap

**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll

- Grundläggande visuell kommunikation, modefotografi och grafisk design
- Processuella aspekter på sociala och kulturella företeelser i bild- och textform
- Trendanalys inom mode i bild och text
- Tillämpad marknadskommunikation i form av en hållbar affärsidé och ett grafiskt material inom varumärkesbyggande inom textil-och mode

### Mål

Studenten skall kunna förstå och redogöra för samband mellan mode och kultur, ha förmågan att identifiera sociala, psykologiska och samhällsekonomiska skeenden som bidrar till utvecklingen av trender inom mode. Vidare skall studenten kunna analysera de sociala och kulturella företeelser som leder till modetrender och omsätta analysen i form av varumärkeskommunikation med hjälp av bild, grafisk design och text.

### Undervisningsformer

- Föreläsningar
- Datorlaborationer och övningar
- Seminarier och grupparbeten

Undervisningen bedrivs både på engelska och svenska.

### Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

*Inlämningsuppgift 3. Varumärkeskommunikation*

Lärandemål:

Högskolepoäng: 3

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

*Inlämningsuppgift 1. Tidsandan.*

Lärandemål:

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

#### *Inlämningsuppgift 4. Individuell reflektion*

Lärandemål:

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

#### *Inlämningsuppgift 2. Identifiera trender*

Lärandemål:

Högskolepoäng: 1,5

Betygsskala: Underkänd eller Godkänd

För betyget väl godkänt krävs väl godkänt på Inlämningsuppgift 3 och Inlämningsuppgift 4.

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

### **Kurslitteratur och övriga läromedel**

#### **Ordinarie kurslitteratur**

”Fashion Forecasting: Research, Analysis, and Presentation”, senaste utgåvan, Evelyn L. Brannon, Fairchild förlag.

Den globala fabriken, M. Wingborg, (Boken kan laddas ner gratis på [www.renaklader.org](http://www.renaklader.org))

Effektiv visuell Kommunikation, Bergström, B., Carlssons förlag, ISBN 978-91-7331-238-7

Essentials of visual communication, Bergström, Bo

#### **Referenslitteratur**

Referenslitteratur

Modfabriken-Kreativt affärsmannaskap från insidan, Hedén, A & McAndrew, J., (ISBN:91-631-6807-3)

Markets in Fashion, Aspers, P( ISBN:91-7562-114-2)

Det missförstådda varumärket, Håkansson, B., (ISBN:91-973-6077-5)

Typografisk handbok, Hellmark, C., Ordfront förlag

#### **Studentinflytande och utvärdering**

Studenternas synpunkter inhämtas systematiskt och regelbundet genom skriftlig kursvärdering efter avslutad kurs. En gång per termin utvärderar studentrepresentanter tillsammans med studierektor och utbildningsledare genomförda kurser.

I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärderingar och dokument utfärdade av institutionsstyrelse, studierektor och kursansvarig.

#### **Övrigt**

Kursen är i första hand en programkurs för Textil produktutveckling och entreprenörskap.