



Introduktion till Textilt Management och Företagsekonomi Introduction to Textile Management and Business Administration

3,5 högskolepoäng

3,5 credits

Ladokkod: A1TM1A

Version: 1.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-08-30

Gäller från: HT 2016

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1N), Textilt management (G1N)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Övrigt inom samhällsvetenskap

Förkunskapskrav: Kandidatexamen inom företagsekonomi eller industriell ekonomi, textilteknik, textil- eller modedesign. Dessutom krävs kunskaper i engelska motsvarande Engelska 6.

Betygsskala: Sjugradig betygsskala (A-F)

Innehåll

Kursens huvudsakliga innehåll och syfte är att ge studenten innebörden av de mest grundläggande begrepp och tillvägagångssätt som gäller inom företagsekonomi. Studenten skall alltså förstå hur en aktuell verksamhetsidé kan konceptualiseras, hur den tilltänkta produkten/tjänsten kan utvecklas och marknadsföras, hur en sådan verksamhet kan finansieras och organiseras samt hur alla dessa processer kan kontrolleras, analyseras och redovisas. Detta i syfte att skapa värde för inte bara ägarna och det underliggande företaget i fråga, utan även uppfylla förväntningar som företagets interna och externa intressenter har på hela företaget och dess verksamhet. Dessutom ska studenten få grundläggande kunskap om hur etiska hänsyn bör tas i samband med dessa processer och beslut.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1. beskriva grundläggande ekonomiska frågor, processer och strukturer på företagsnivå,
- 1.2. beskriva företagets huvudsakliga tillvägagångssätt för utveckling och marknadsföring av sina produkter/tjänster,
- 1.3. beskriva företagets huvudsakliga tillvägagångssätt för organisering, finansiering, verksamhetsstyrning och redovisning,
- 1.4. beskriva företagets interna och externa intressenters roller såväl som dess huvudsakliga etiska aspekter,

Färdighet och förmåga

- 2.1. tillämpa grundläggande företagsekonomiska metoder och modeller (t.ex. inom den textila kontexten),
- 2.2. tillämpa grundläggande analysmodeller för ekonomiska frågor inom det textila företaget,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1. självständigt förhålla sig till och kritiskt värdera olika företagsekonomiska frågor på grundläggande nivå samt
- 3.2. konstruktivt lämna förslag på förbättringar i olika företagsekonomiska frågor på grundläggande nivå.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom en skriftlig tentamen, 3.5 hp

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Ronald J. Ebert and Ricky W. Griffin (2017), *Business Essentials, 11th Edition* Pearson Publishing

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 en introduktionskurs inom utbildningsprogrammet Master in Fashion Marketing and Management 120 hp. och Master in Textile Value Chain Management 120 hp.