



Hållbarhetsinriktade affärsmodeller inom textil och konfektion Sustainability-oriented Business Models in Textile and Apparel

4 högskolepoäng

4 credits

Ladokkod: A2HA1D

Revision: 4.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-06-15

Gäller från: HT 2016

Nivå: Avancerad nivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Industriell ekonomi (A1N), Textilt management (A1N)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Övrigt inom samhällsvetenskap

Förkunskapskrav: Kandidatexamen inom företagsekonomi eller industriell ekonomi, textilt teknik, 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 en introduktion till textilt management som ämnesområde samt ge studenten en god förståelse för hur hållbarhetsinriktade affärsmodeller påverkar den textila värdekedjan. Kursen har även som syfte att ge studenterna grunderna i projektledning och gruppdynamik samt en introduktion till informationssökning.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna, med avseende på,

Kunskap och förståelse

- 1.1. beskriva den textila värdekedjan och kunna identifiera dess aktörer utifrån olika perspektiv,
- 1.2. redogöra för om olika typer av hållbarhetsinriktade affärsmodeller inom textil och mode,
- 1.3. redogöra för hur ett hållbarhetsinriktat synsätt påverkar den textila värdekedjan,
- 1.4. redogöra för kreativitet som verktyg kan användas för inspiration, problemlösning och kreativt tänkande,
- 1.5. redogöra för kulturernas påverkan på ledarskap och konsumtion,
- 1.6. redogöra för design, inköp och produktionens betydelse i ett affärsekonomiskt perspektiv,
- 1.7. redogöra för betydelsen av modellogistik och nyckeltal i värdekedjan,

Färdighet och förmåga

- 2.1. praktiskt applicera modeller och teorier inom projektledning och kommunikation för att hantera gruppdynamiken i grupparbete,
- 2.2. självständigt samla in vetenskapliga artiklar och publikationer,
- 2.3. använda olika analys- och omvärldsmodeller för textil- och modeindustrin,
- 2.4. skriftligt och muntligt, på god engelska, kommunicera en studie, dess design, genomförande samt resultat,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1. kritiskt och självständigt förhålla sig till och värdera olika hållbarhetsinriktade affärsmodeller utifrån en given kontext samt
- 3.2. kritiskt granska vetenskapliga artiklar och populärvetenskapliga texter kring hållbarhetsinriktade affärsmodeller.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, presentationsuppgifter, seminarier samt workshops.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

- Skriftlig gruppinlämning, 1 hp. Betygskala: A-F, 2.1-2.4, 3.1-3.2
- Individuell muntlig tentamen, 2.0 hp. Betygskala: A-F, 1.1-1.7, 2.1, 3.1-3.2
- Deltagande i workshops och seminarier 1 hp. Betygskala: G/U, 1.4, 2.3, 3.1

För att erhålla betyg minst E måste alla examinationsmomenten ha erhållit minst betyget E. Det slutgiltiga betyget blir det viktade betyget på skriftlig gruppinlämning (33%) och individuell muntlig tentamen (67%).

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Fletcher, Kate, and Grose. L. (2011) Fashion and Sustainability: Design for Change. London: Laurence King. (192 sidor)

Wells, Peter E. (2014) Busienss Models for Sustainability. Edward Elgar Publishing Ltd.(192 sidor)

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial tillhandahålls via lärplattformen (max 500 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 en kurs inom programmet Magisterprogram i Textilt Management 60hp, Master in Fashion Marketing and Management 120hp, samt Master in Textile Value Chain Management 120hp.