



Teorier om textil detaljhandel Theories in Fashion Retailing

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: AE1TD1

Version: 3.0

Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-06-11

Gäller från: HT 2020

Nivå: Grundnivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Textilt management (G1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Ledarskap, organisation och styrning

Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet. Avklarar kurserna Mode och den textila värdekedjan (7,5 hp) och Grundläggande marknadsföring (7,5 hp).

Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen inleds med den historiska utvecklingen av detaljhandeln under 1900-talet med särskilt fokus på textil- och modehandeln i Sverige. Syftet är att studenten ska få en förståelse för detaljhandelns roll och utveckling i ett bredare sammanhang och vilka affärsmodeller som använts. Vidare behandlar kursen förutsättningar för och utformningen av butiker i ett omnikanalkoncept. Begrepp som detaljhandelsform, platsval, exponering, sortiment, visual merchandising, merchandising och atmosfär inom ramen för detaljhandelns möjliga affärsmodeller kommer att avhandlas. Kursen innehåller praktiska övningar i att ta fram strategier för detaljhandel i form av en visuell digital presentation i social media. Kontinuerligt under kursen får studenten öva sin förmåga att analysera tillämpningar inom modehandeln med hjälp av forskningsteorier som behandlar modehandelns affärsmodeller. Kursen avslutas med ett kritiskt perspektiv på den konventionella inriktningen av detaljhandel genom att problematisera det traditionella affärsmässiga förhållningssättet utifrån ett sociologi- och kulturinspirerat perspektiv.

Mål

Efter kursen skall studenten kunna:

Kunskap och förståelse:

- 1.1 Beskriva och diskutera förutsättningarna i en detaljhandelsmiljö inom mode- och textilhandel från ett historiskt och teoretiskt perspektiv,
- 1.2 beskriva och förklara ekonomiska och kommersiella metoder i textil detaljhandel,
- 1.3 förklara teoretiska modeller utvecklade genom forskning om affärsmodeller och detaljhandel,
- 1.4 beskriva och diskutera ett modeföretags affärsmodell och roll i samhället med hjälp av ett sociologi- och kulturinspirerat perspektiv,

Färdighet och förmåga:

- 2.1 söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i relation till textil- och modehandelns utveckling och affärsmodeller,
- 2.2 analysera och problematisera ett modeföretags affärsmodell och roll i samhället med hjälp av aktuella forskningsteorier relaterade till butikens utformning,
- 2.3 utveckla strategier för utformning av relationen mellan företag och konsument hos ett textil- och modehandelsföretag inom detaljhandeln,
- 2.4 skriftligt och muntligt presentera och diskutera kunskap och problem inom textil detaljhandel som identifierats genom en empirisk undersökning utförd inom en given tidsram,
- 2.5 analysera hur krav på hållbar utveckling påverkar företag och samhälle inom textil detaljhandel,

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

3.1 problematisera och hantera etiska frågeställningar inom textilt management för att skapa en hållbar fysisk och digital detaljhandelsmiljö utifrån ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter, samt

3.2 identifiera sitt behov av ytterligare kunskap för utformning av framtidens detaljhandel.

Undervisningsformer

Undervisningen är baserad på föreläsningar, workshops och seminarier.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Inlämningsuppgift 1: individuell skriftlig redovisning

Lärandemål: 1.1, 1.4, 2.3, 2.5 och 3.2

Högskolepoäng: 4.0

Betygsskala: U/G/VG

Inlämningsuppgift 2: skriftlig och visuell redovisning i grupp

Lärandemål: 1.2, 1.3, 2.1-2.5 och 3.1

Högskolepoäng: 2.0

Betygsskala: U/G/VG

Inlämningsuppgift 3: skriftlig redovisning i grupp

Lärandemål: 2.1, 2.4 och 3.2

Högskolepoäng: 1

Betygsskala: U/G

Seminarium: muntlig redovisning av eget arbete i grupp och opposition på annan grupps arbete i samband med seminarium

Lärandemål: 1.1, 2.4, 3.1 och 3.2

Högskolepoäng: 0.5

Betygsskala: U/G

För att få godkänt på kursen krävs godkänt på samtliga examinationsmoment. För väl godkänt på hel kurs krävs Väl godkänt på inlämningsuppgift 1 och inlämningsuppgift 2 samt godkänt på övriga moment.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Berg, M. (senaste upplagan). *Netnografi: Att forska om och med internet*. Lund: Studentlitteratur AB.

Eskilsson, L. & Fredriksson, C. (red.) (senaste upplagan). *Butiken: Upplevelse, organisering och plats*. Malmö: Liber.

Grensman, H-K. (senaste upplagan). *E-handel i praktiken: från strategi till affärsnytta*. Stockholm: Sanoma Utbildning

Koumbis, D. (senaste upplagan). *Fashion Retailing: From Managing to Merchandising*. Bloomsbury Publishing.

Nordfält, J., Ahlbom C-F (senaste upplagan). *Marknadsföring i butik: om forskning och branschkunskap i detaljhandeln*. Malmö: Liber.

Ytterligare vetenskapliga artiklar, kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/ informeras om via lärplattformen (max 400 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 ges för Kandidatprogram i textilt management, inriktning mode och handel.