



Trendanalys inom modets marknad och system

Trend Analysis in Fashion Markets and Systems

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

Ladokkod: AE2TM1

Version: 2.0

Fastställt av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2022-06-08

Gäller från: HT 2022

Nivå: Avancerad nivå

Huvudområde (successiv fördjupning): Fashion Management (A1F)

Utbildningsområde: Samhällsvetenskap

Ämnesgrupp: Ledarskap, organisation och styrning

Förkunskapskrav: Minst 45 godkända högskolepoäng från utbildningsprogrammets första år.

Betygsskala: Sjugradig betygsskala (A-F)

Innehåll

Kursen ger en introduktion till grundläggande perspektiv och metoder i trendanalys inom modets marknad och system. Syftet med kursen är att förmedla teoretisk kunskap om trendanalys inom fältet, samt ge praktiska färdigheter att analysera trender inom och med relevans för mode. Undervisningen skall också ge kunskaper om trenders betydelse för – samt applikation på – varumärken. Kursen genomsyras av en holistisk ansats där trender förstås utifrån dess estetiska, ekonomiska, och sociokulturella dimensioner. Hållbarhet, etik och marknadsföring ingår som centrala belysningspunkter.

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse

- 1.1 Redogöra för grundläggande vetenskapliga perspektiv på trendanalys inom modets marknad och system,
- 1.2 redovisa centrala trendanalytiska metoder inom det aktuella fältet,
- 1.3 demonstrera kunskap om trenders betydelse för, samt applikation, på varumärken,
- 1.4 uppvisa förtrogenhet med kunskapsområdets teoretiska och metodologiska utveckling,

Färdighet och förmåga

- 2.1 demonstrera grundläggande färdigheter inom trendanalys inom modets marknad och system,
- 2.2 kritiskt reflektera och problematisera kring trendanalys inom mode som praktik och fenomen.
- 2.3 använda adekvat akademisk kunskap och teoribildning för att analysera trender inom mode.
- 2.4 applicera och presentera trendanalys på ett specifikt varumärke,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 med stöd i kurslitteraturen, problematisera dominerande perspektiv och tillämpningar inom modets marknad och system,
- 3.2 utvärdera relevansen för genomförd trendanalys på ett specifikt varumärke,
- 3.3 med stöd i relevant teoribildning och tidigare forskning, problematisera trendanalysens koppling till ekonomisk, social och ekologisk hållbar utveckling,
- 3.4 visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och visa förmåga att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen.

Undervisningsformer

Undervisningen i kursen består av föreläsningar, seminarier, workshops och handledning.

Undervisningen bedrivs på engelska.

Examinationsformer

Kursen examineras genom två examinationsuppgifter.

Inlämningsuppgift 1: Genomförs i grupp och redovisas i form av muntlig presentation under seminarium

Lärandemål: 1.3, 2.1, 2.3, 2.4, 3.2, 3.3, 3.4

Högskolepoäng: 2,5

Betygsskala: U/G

Inlämningsuppgift 2: Individuell, skriftlig inlämningsuppgift

Lärandemål 1.2, 1.4, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2, 3.3

Högskolepoäng: 5

Betygsskala: A-F

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänt på samtliga examinationsmoment. Slutbetyget avgörs av skriftlig tentamen.

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

Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg.

Lantz, J. (2018). *The Trendmakers*. London: Bloomsbury Academic.

Mackinney-Valentin, M. (2010). *On the nature of trends: A Study of Trend Mechanisms in Contemporary Fashion*. Copenhagen: Danish Design School.

Rousso, C & Ostroff, N.K. (2018). *Fashion Forward: A Guide to Fashion Forecasting*. New York: Fairchild Books.

Ytterligare kurslitteratur och övriga läromedel tillhandahålls/informerar 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 är i första hand en programkurs i mastersprogrammet i Fashion management och marknadsföring.