HÖGSKOLAN I BORÅS

Masterutbildning i textilt management med inriktning fashion management

Master programme (Two Year) in textile management with specialisation fashion management

120 högskolepoäng

Ladokkod: SAFMA
Version: 6.0
Utbildningsnivå: Avancerad nivå
Fastställd av: Forsknings- och utbildningsnämnden 2015-02-26
Gäller från: HT 2015
Gäller för:

Allmänna mål

Utbildning på avancerad nivå skall väsentligen bygga på de kunskaper som studenterna får inom utbildning på grundnivå eller motsvarande kunskaper. Utbildning på avancerad nivå skall innebära fördjupning av kunskaper, färdigheter och förmågor i förhållande till utbildning på grundnivå och skall, utöver vad som gäller för utbildning på grundnivå,

- ytterligare utveckla studenternas förmåga att självständigt integrera och använda kunskaper
- utveckla studenternas förmåga att hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer
- utveckla studenternas förutsättningar för yrkesverksamhet som ställer stora krav på självständighet eller för forsknings- och utvecklingsarbete.

(Högskolelagen 1 kap 9§)

Utbildningens mål

Masterutbildningen i textilt management med inriktning fashion management ska vara en nationell resurs med global attraktionskraft. Utbildningen ska möjliggöra kvalificerade arbets- och utvecklingsledande befattningar inom företrädesvis, men ej begränsat till, textil industri och handel.
Utbildningen är inriktad mot textilt management med speciellt fokus på hantering av modesektorns marknad, där designprocessen har en avgörande roll, men där varumärkesbyggande, konsumentkunskap, handel och ekonomi, affärsförmåga och kommunikation också är ytterst väsentliga för resultatet. Den ska vara väl förankrad i forskningen på området, ha stark professionskoppling och därtill bereda studenten på egen verksamhet inom branschen. Innovationsförmågan ska uppmuntras för att tillsammans med djupa ämneskunskaper bidra till nyföretagande i branschen. Nätverksbyggande redan under studietiden är viktigt och gynnas i Textilhögskolans miljö med samverkan mellan design, teknik och management. Utbildningen har starkt fokus på miljö- och resurshushållnings-, globaliserings- och etikmedvetenhet.
Under utbildningens andra år förväntas studenterna genomföra sina studier med en högre grad av självständighet och ansvar, och de ska då också visa enligt utbildningsmålen sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller annan kvalificerad verksamhet. Särskilda lärandemål är följande, där studenten ska ha tillägnat sig adekvata kunskaper, färdigheter och förhållningssätt under utbildningen, och vilka också uppfyller kraven i högskoleförordningens examensordning:

1. Kunskap och förståelse

Utbildningen är sammansatt så att den färdige studenten ska kunna:
<u>För magisterexamen</u>
1.1 uppvisa och tillämpa översiktliga kunskaper om textila processer, metoder och tillämpningar i ett managementperspektiv samt kunskaper om den textila värdekedjan ur ett hållbarhetsperspektiv, med tonvikt på varumärkesbyggande, konsumentkunskap, handel och ekonomi, affärsförmåga och kommunikation,
1.2 kritiskt och systematiskt inhämta litteratur och teori inom de områden som huvudområdet textilt management berör,
1.3 analysera och finna lösningar på organisatoriska frågor om textila flöden, marknadsföring och märkeshantering, och
1.4 tillämpa kunskaper inom huvudområdet textilt management med fokus på hållbarhet i textila flöden i arbeten, seminarier samt examensarbete,
<u>För masterexamen ska studenter dessutom</u>
1.5 uppvisa och tillämpa breda kunskaper om textila processer, metoder och tillämpningar i ett managementperspektiv samt

väsentligt fördjupade kunskaper om den textila värdekedjan, med tonvikt på varumärkesbyggande, konsumentbeteende, konsumtion, handel och ekonomi, affärsförmåga och kommunikation,
1.6 kritiskt och systematiskt inhämta och tillgodogöra sig information från branschen såväl som forskning inom de områden som huvudområdet textilt management berör,
1.7 analysera och finna lösningar på organisatoriska frågor om textila flöden, marknadsföring och märkeshantering och
1.8 tillämpa kunskaper inom huvudområdet i forskning, utveckling och annan kvalificerad verksamhet.

2 Färdighet och förmåga

Utbildningen är sammansatt så att studenten efter avklarad utbildning ska visa förmåga att:

För magisterexamen
2.1 systematiskt integrera kunskap och att ta ställning till, analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser och situationer i samband med modemarknadens frågeställningar även med begränsad information,
2.2 självständigt identifiera, formulera, planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna ramar,
2.3 inhämta ny organisatorisk kunskap och tillämpa den för moderelaterad utveckling och förnyelse genom att skapa, analysera och kritiskt utvärdera olika marknadsanknutna lösningar,
2.4 utveckla textila värdeprocesser och system med hänsyn till människors förutsättningar och behov och samhällets mål för ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar utveckling,
2.5 delta i lagarbete och samverka i grupper med olika sammansättning,
2.6 klart redovisa kunskaper, planer och uppnådda resultat i tal och skrift på engelska och
För masterexamen ska studenter dessutom
2.7 självständigt identifiera, formulera, planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna ramar och därigenom bidra till kunskapsutvecklingen inom textilt management samt att utvärdera arbetet,
2.8 klart redovisa kunskaper, planer och uppnådda resultat i tal och skrift anpassat till olika typer av målgrupper inom forskning och professionen i såväl nationella som internationella sammanhang,
2.9 visa sådan färdighet som fodras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller arbeta i annan kvalificerad verksamhet,

3 Värderingsförmåga och förhållningssätt

Studenten ska ha förvärvat kunnande och färdigheter för att verka i ett samhälleligt och organisatoriskt sammanhang, vilket innefattar att kunna:
För magisterexamen
3.1 göra bedömningar med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter och visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete,
3.2 visa insikt om vetenskapens och teknikens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används,
3.3 identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen,
3.4 planera utveckling av modedistributionssystem så att de motsvarar givna specifikationer,
3.5 utreda efterfrågekrav på sådana system med hänsyn till sociala, ekonomiska och kulturella synpunkter och värderingar för att kunna utforma lösningar som tar till vara och motsvarar användarnas förutsättningar och behov,
3.6 visa insikt om näringslivets och forskningens växelverkan med samhälle, individ och miljö,
3.7 sätta sig in i alternativa perspektiv, värderingssystem och uttryckssätt samt samverka och kommunicera med olika kategorier av kompetens,
För masterexamen ska studenter dessutom
3.8 visa djupare insikt om vetenskapens och teknikens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används,
3.9 planera och genomföra utveckling av modedistributionssystem så att de motsvarar givna specifikationer med hänsyn till sociala, ekonomiska och kulturella synpunkter och värderingar för att kunna utforma lösningar som tar till vara och motsvarar användarnas förutsättningar och behov,
3.10 sätta sig in i alternativa perspektiv, värderingssystem och uttryckssätt samt samverka och kommunicera med olika kategorier av kompetens nationellt och internationellt.

Innehåll

Masterprogrammet omfattar fyra terminers heltidsstudier uppdelat i kurser enligt beskrivning nedan. Kurserna representerar på ett logiskt sätt en verklighetsnära progression i den textila värdekedjan, som genomgående är komplex från idé och design till marknad, kundbeteende och restprodukthantering där speciellt fokus läggs på den värdekedjans utflöde. Kursutbudet har stark förankring i aktuell forskning inom textilt management med fokus på hållbarhet inom den textila värdekedjan, men även med forskning i angränsande ämnen som företagsekonomi och industriell ekonomi på Högskolan i Borås.
Utbildningens pedagogik tar sin utgångspunkt i Boråsmodellen viket innebär att studenterna använder och utvecklar sin informationssökningskompetens inom ramen för kurserna. Studiemetoden har inspirerats av PBL (problembaserat lärande) och kan beskrivas som självständig sökning, analys och bedömning av information (tidigare forskning och andra för sammanhanget relevanta källor) som startar i de frågeställningar och teman som presenteras i undervisningen. Omvänt ska studenten också tränas i att, med utgångspunkt i nyvunnen kunskap, identifiera problem och möjligheter samt identifiera intressanta frågeställningar för forskarsamhället och för praktiken. Särskild vikt läggs vid studentens förmåga att återföra

forskningsresultat till praktikens företrädare. Undervisningen sker i form av föreläsningar, övningar, laborationer, seminarier och projektarbeten med individuell handledning.
Under utbildningens andra år förväntas studenterna genomföra sina studier med en högre grad av självständighet och ansvar, och de ska då också visa, enligt utbildningsmålen, sådan färdighet som fordras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete eller annan kvalificerad verksamhet. Möjlighet till etappavgång med magisterexamen finns efter halva studietiden.
Termin ett ska etablera den studiemetod som präglar utbildningen och studenten ska efter terminens slut ha goda kunskaper i informationssökning och källkritik. Detta uppnås genom att variera arbetsformerna i terminens fyra kurser så att studenten jobbar såväl individuellt som i olika gruppkonstellationer med att söka fram och presentera (skriftligen och muntligen) aktuell forskning i de frågor som behandlas. Undervisningen består av både traditionella föreläsningar som introducerar olika tema, och seminarier där studenterna tilldelas roller som föredragare, diskussionsledare eller diskutanter.
Kursen ”Företagande och affärer i textil-och modebranschen” är en introduktionskurs med syfte att ge studenterna en bred introduktion till textil-och modebranschen samtidigt som det ger en introduktion till textilt management som ämne. Utifrån den textila värdekedjan ger kursen en insikt i den forskning som sker inom textilt management såväl som hur professionen hanterar dessa frågor. Kursen ger dessutom en kort introduktion i det textila professionsfältet via gästföreläsare samt en introduktion till textilmateriallära och besök i de textila laboratorierna
De tre kurserna ”Fashion Brand Management”, ”Fashion Retail Marketing” och ”Fashion Visual Communication” såväl breddar som fördjupar studenternas kunskaper från introduktionskursen genom att bygga vidare på kunskap kring marknadsföring, handel och visuell kommunikation. I kursen ”Fashion Brand Management” möter studenten företrädare från praktiken som gästföreläsare i kombination med representanter för aktuell forskning kring varumärken. Kursen syftar till att låta studenterna att diskutera varumärkens roll i modemarknaden utifrån dels ett historiskt management perspektiv dels dess roll i framtiden. Kursen ”Fashion Retail Marketing” fokuserar på utvecklingen av detaljhandeln och hur butiken (den fysiska såväl som online) blir en del av företagets marknadsföring och relationsskapande. Innehållet sträcker sig över trendanalys, kollektionsplanering, logistik/distribution, butiksmiljö och servicerelationen till kund. I projektarbetet måste studenterna kombinera kunskapen med den kunskap de få i den parallella kursen ”Fashion Visual Communication” som främst fokuserar på användningen av olika visuella, tryckta och digitala kommunikationsmedel och skapandet av olika budskap i ett varumärkes- och konsumentperspektiv.
Termin två består av tre kurser. Kursen i ”Vetenskapsmetod och kommunikation” bygger vidare på de kunskaper som studenterna har med sig från grundnivå samt de som introducerats i introduktionskursen. Undervisningen utgår från metodfrågor och vetenskapsteoretiska överväganden i publicerad forskning vilka kopplas till metodlitteraturens texter. Genom denna metodik får studenten fördjupad kunskap i design och genomförande av forskning inom textilt management och förväntas efter genomgången kurs självständigt kunna orientera sig i de olika forskningsinriktningar som ryms inom textilt management. I kursen ”Konsten att göra affärer” studeras processer för innovationsdriven utveckling där design, konst och forskning samspelar för att identifiera och skapa modeller för hur företag kan bli framgångsrika på en mogen marknad. Fokus ligger på nya affärsmodeller för företag med hållbarhet som grundpelare och hur man hanterar de komplikationer som en transparent leverantörskedja kan medföra.
Terminen avslutas med kursen ”Fältstudier i textilt management” som innebär en successiv fördjupning i förhållande till masterprogrammets tidigare kurser. Kursen är avsedd för att analysera och fördjupa problemställningar relaterade till textil och mode. Den ska bedrivas utifrån en problemställning med tydlig koppling till textilt management och i samarbete med företag, institution, eller som en del i ett pågående forskningsprojekt vid Högskolan i Borås. Kursen ska ge studenten en fördjupning och tillämpning av genomgångna kurser inom programmet.
Vid etappavgång efter halva studietiden ersätts kursen Fältstudie i textilt management om 15 hp under läsperiod fyra av ett självständigt arbete (Examensarbete) om 15 hp. (1.1-1.4; 2.1-2.7; 3.1-3.7)
Kort beskrivning av första årets kurser

- **Företagande och affärer i textil- och modebransch, avancerad nivå (7,5 hp)** Värdekedjan i modesektorn, från skapandet av nya kollektioner, produktionsstrategier till lanseringen på marknaden i ett varumärkesperspektiv. (1.1-1.3; 2.1; 2.5-2.6; 3.3-3.5)
- **Fashion brand management (7,5 hp)** En fördjupning i skapandet och utvecklingen av varumärken som en strategisk tillgång utifrån ett företags eller ett designentreprenöriellt perspektiv samt utveckling av företags affärsidé utifrån ett varumärkesperspektiv (1.1-1.4; 2.1-2.6; 3.1-3.5)
- **Fashion Retail Marketing (7,5 hp)** Utveckling av detaljhandeln och hur butiken är en del av företags marknadsföring och relationsskapande med konsumenter. Kursen innehåller dels ett historiskt perspektiv, dels ett framtidsperspektiv med olika scenarier för detaljhandelns framtida gestaltning. (1.1-1.4; 2.1-2.6; 3.1-3.5)
- **Fashion Visual Communication (7,5 hp**) Användning av olika visuella, tryckta och digitala kommunikationsmedel och skapandet av olika budskap i ett varumärkes-och konsumentperspektiv. (1.1-1.3; 2.2-2.3; 2.5-2.6; 3.3-3.5)
- **Konsten att bedriva affärer (7,5 hp)** Processer för innovationsdriven utveckling där design, konst och forskning samspelar för att identifiera och skapa modeller för hur företag kan bli framgångsrika på en mogen marknad. (1.1-1.4; 2.1-2.7; 3.1-3.7)
- **Vetenskaplig metodik och kommunikation (7,5 hp)** Fördjupat vetenskapligt förhållningssätt och tillämpning av vetenskapliga metoder i undersökningar och forskningsarbeten och kommunikation av dessa. Värdering av vetenskapliga texter, källkritik och referenshantering. (1.2-1.4; 2.1-2.3; 2.5-2.7; 3.1-3.3; 3.6-3.7)
- **Fältstudie i textilt management (15 hp)** Fältstudien är avsedd för att analysera och fördjupa problemställningar relaterade till textil och mode. Det kan röra sig om antingen en praktikplats i ett företag med textil anknytning, ett avgränsat forskningsuppdrag med textil anknytning i samarbete med en forskargrupp på Högskolan i Borås alternativt

ett individuellt utformat uppdrag där studenten samlar in material till en förstudie eller dylikt. (1.1-1.8; 2.1-2.10; 3.1-3.8; 3.10)

Termin tre består av fyra kurser varav tre innehåller en ämnesmässig progression från första året. ”Avancerad detaljhandel” är en fördjupning av kursen ”Fashion Retail Marketing” som kopplar an till framtida trender inom handel både med hjälp av forskning och praktik inom området. Konsumentbeteende i Modesektorn I bygger på den marknadsföringskunskap som studenterna inhämtad i de tre inriktningkurserna under första året samt kursen i vetenskaplig metod. Kursen bygger på ett nära samarbete med handelslabbet där studenterna deltar i fältarbeten för att samla in kunskap kring konsumentbeteende på olika sätt som de sedan ska analysera, diskutera och dra slutsatser kring – både vad gäller användbarhet för praktiken och som underlag för fortsatt forskning. I den påföljande kursen ”Konsumentbeteende i Modesektorn II” lyfts diskussionen från konsumenter som individer och grupperingar till att titta på mode konsumtion ur ett kulturellt och ett samhällsperspektiv. Utöver dessa tre kurser ingår även ”Projektledning och Entreprenörskap” som den fjärde kursen. I denna kurs fokuserar man speciellt på projektledningens organisation och kommunikation. Studenterna sätts samman i team där samverkan mellan olika discipliner är av stor vikt. Begrepp som innovation, patent, design, funktion, estetik och ergonomi blandas med kalkylering, budgetering och finansieringsfrågor.

Termin fyra genomför studenten ett självständigt forskningsarbete som utmynnar i en masteruppsats om 30 hp. Masteruppsatsen ska ha hög relevans för kunskapsutveckling inom textilt management och för dess praktik. Studenten förväntas demonstrera ett kritiskt förhållningssätt och visa på en stor medvetenhet om samhällsvetenskaplig metod och dess tillämpning. Om student genomfört examensarbete för magisterexamen om 15 hp ersätts examensarbetet om 30 hp med ytterligare ett till om 15 hp samt kurser på avancerad nivå motsvarande 15 hp inom huvudområdet.

Kort beskrivning av andra årets kurser

- **Avancerad detaljhandel (7,5 hp)** Fördjupning av retail management med fokus på framtida trender inom handel. (1.1-1.8; 2.1-2.9;3.1-3.8)
- Konsumentbeteende i modesektorn I (7,5 hp) Fördjupning i teorier om konsumentbeteende, konsumtionstrender och hur konsumentkultur utvecklas i modesektorn. (1.2-1.4; 1.6-1.8; 2.1-2.10; 3.1-3.3; 3.6-3.10)
- **Konsumentbeteende II (7,5 hp**) Fördjupning av konsumentbeteende i ett kulturellt och hållbart perspektiv. (1.1-1.2; 1.4-1.8; 2.1-2.3; 2.5-2.10; 3.1-3.10)
- **Projektledning och entreprenörskap (7,5 hp)** Projektledningens organisation och kommunikation. Sammansättning av team och speciellt samarbete mellan olika discipliner. Innovation, patent, design, funktion, estetik och ergonomi. Kalkylering, budgetering och finansieringsfrågor. (1.1-1.4; 2.1-2.7; 3.1-3.7)
- **Examensarbete i textil management (30 hp)** Det avslutande arbetet i masterutbildningen, där förvärvade kunskaper och ett vetenskapligt och professionellt förhållningssätt används för att genomföra en större projektuppgift med problemlösning där analys och dragna slutsatser ingår. (1.1-1.8; 2.1-2.10; 3.1-3.10)

Förkunskapskrav

Kandidatexamen 180 hp inom samhällsvetenskapliga ämnen, teknik eller design eller motsvarande. Dessutom krävs kunskaper i En 6.

Examen

Efter avklarad utbildning motsvarande fodringarna i denna utbildningsplan, kan studenten efter ansökan till högskolan erhålla följande examen:
Filosofie masterexamen med huvudområde textilt management med inriktning fashion management.
Examens engelska benämning är:
Degree of Master of Science (120 credits) with a major in Textile Management ; specialization in Fashion Management.
Huvudområde:

- Textilt management

Möjlighet finns att efter fullgjorda kursfordringar om minst 60 hp varav 45 hp på avancerad nivå och 30 hp inom huvudområdet textilt management innehållande ett självständigt arbete (examensarbete) om minst 15 hp, erhålla filosofie magisterexamen med huvudområde textilt management med inriktning fashion management. Examina översätts med Master of Science (60 credits) with a major in Textile Management with specialization Fashion Management.
Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär. Mer information finns på högskolans webbplats.

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär. Mer information finns på högskolans webbplats.

Studentinflytande och utvärdering

Utbildningsledare ansvarar för att studenternas synpunkter på utbildningen inhämtas. Resultaten ligger till grund för utbildningens utformning. En gång per år utvärderas utbildningen som helhet och studenternas resultat och synpunkter och utbildningens sammansättning/genomförande gås igenom för att kontinuerligt förbättra utbildningen och behålla dess nutidsförankring.
För enskilda kurser gäller att kursansvarig lärare ansvarar för att studenternas synpunkter på kursen inhämtas. Resultaten av dessa kursvärderingar ligger till grund för kursens utformning. En gång per termin utvärderas kurserna där utbildningsledaren tillsammans med studierektor och studentrepresentanter går igenom studenternas synpunkter för att kontinuerligt förbättra

kursen.
Genom ett utbildningsråd, där studentrepresentanter tillsammans med representanter för lärare och näringsliv samtalar kring frågor som berör dagens och framtidens utbildningsmål, har studenterna möjlighet att påverka utbildningen.
I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärdering samt dokument utfärdade av studierektor, kursansvarig och institutionsstyrelse.

Övrigt

Utbildningen har internationell rekrytering, och undervisningen bedrivs på engelska. Examen är forskningsförberedande.

Undervisningen bedrivs på engelska.