HÖGSKOLAN I BORÅS

# Mode och marknadsföring, kandidatprogram i textilt management
## Fashion Marketing, B.Sc. in Textile Management
180 högskolepoäng

---

**Ladokkod: SGKMM**
**Revision: 1.0**
**Utbildningsnivå: Grundnivå**
**Fastställd av: Forsknings- och utbildningsnämnden 2025-12-18**
**Gäller från: HT 2026**
**Gäller för: Antagna HT 2026**

---

### Allmänna mål
Utbildning på grundnivå skall utveckla studenternas
- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser skall studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att
- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(Högskolelagen 1 kap 8§)

### Utbildningens mål
Studenten skall efter genomförd utbildning behärska kunskap för att ha förmågan att bedriva detaljhandel såväl digitalt som i en fysisk modebutik. Med detta menas, att besitta goda kunskaper inom områden som, ledningsförmåga, marknadsföring, ekonomi, den textila värdekedjan, inköps- och logistikrutiner samt konsumentbeteende och i övrigt säljfrämjande åtgärder, samt att kunna tillämpa dessa. Studenten skall även ha utvecklat sin förmåga att planera, kommunicera och utvärdera handlingsalternativ.

Efter avslutad utbildning med godkänt resultat ska studenten kunna:

*Kunskap och förståelse*
1.1 definiera den textila värdekedjan samt visa kunskap och förståelse för huvudområdet textilt managements vetenskapliga grund i ett detaljhandelsperspektiv,
1.2 redogöra för ledarskap och hur det påverkas av förutsättningarna i en detaljhandelsmiljö,
1.3 förklara tillämpliga ekonomiska och kommersiella metoder i fysisk och digital textil detaljhandel,
1.4 visa förståelse för etiska sammanhang med fokus på ansvarsfullt företagande i relation till produkt, företag och samhälle,
1.5 visa fördjupad kunskap inom någon del av huvudområdet textilt management samt orientering om aktuella forskningsfrågor,

*Färdighet och förmåga*
2.1 visa förmåga att söka, samla, värdera och kritiskt tolka relevant information i en problemställning samt att kritiskt diskutera företeelser, frågeställningar och situationer,
2.2 att använda sina kunskaper inom textilt management och företagsekonomi för att skapa en konkurrenskraftig detaljhandelsmiljö,
2.3 förstå och tillämpa samspelen i en internationell textil värdekedja ur ett detaljhandelsperspektiv med kunden i fokus,
2.4 skriftligen och muntligen, i grupp och självständigt, kunna presentera och diskutera kunskap och problem inom textil detaljhandel,
2.5 självständigt identifiera och formulera problemställningar inom textilt management och finna lösningar på dessa,
2.6 analysera hur krav på hållbar utveckling påverkar produkt, företag och samhälle inom textil detaljhandel,

2.7 använda aktuell forskning för att bidra till utvecklingen av textil detaljhandel samt utvärdera resultat av förändringsarbete,
2.8 självständigt kunna genomföra en vetenskaplig empirisk undersökning inom givna tidsramar,

*Värderingsförmåga och förhållningssätt*
3.1 ha kunskap om och kunna hantera etiska frågeställningar inom textilt management för att genom sitt förhållningssätt främja ett positivt samspel mellan aktörerna inom den textila detaljhandeln och skapa en hållbar samt säljande fysisk och digital detaljhandelsmiljö,
3.2 bedöma den textila värdekedjans påverkan ur ett globalt perspektiv och i en kulturell kontext,
3.3 visa insikt om kunskapens roll i samhället och om människors ansvar för hur den används,
3.4 värdera, jämföra och göra bedömningar inom en internationell detaljhandelsmarknad med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter samt
3.5 visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och utveckla sin kompetens.

## Innehåll

Utbildningens huvudfokus är textilt management, med fokus på hur verksamheter inom textil- och modehandeln organiseras och på textil- och modekonsumtion. Som komplement till kurserna i textilt management ingår även textila grundkurser och kurser inom företagsekonomi. Utbildningen syftar till att ge studenten en god kunskap i grundläggande förutsättningar för textil- och modehandel betraktat ur ett flertal perspektiv vilka är relevanta för arbete inom textil detaljhandel, i fysisk såväl som digital handel. Studenten får under utbildningen även grundläggande kunskap om textila produkter, produktion av dessa samt frågeställningar om varför mode finns och konsumeras. Utbildningen ger förutom fackkunskaper även studenterna verktyg för att kritisk granska och utvärdera och på så sätt utveckla verksamheten i en kommande yrkesroll. Genomgående i utbildningen finns ett fokus på hållbar utveckling utifrån miljömässiga, sociala och ekonomiska perspektiv. Studenten får därmed förståelse för hur textil- och modehandel på olika sätt påverkar människor och miljö.

Det första året fokuserar på att introducera studenten till huvudområdet textilt management, textil- och modehandel samt hur textil- och modeprodukter tillverkas. Under det andra året fördjupas studentens kunskap om textilt management i relation till handel. Avslutningsvis innebär det tredje årets kurser ytterligare fördjupning inom huvudområdet textilt management och inom ämnet marknadsföring samt möjlighet att anknyta till professionen genom att delta i verksamheten på ett textil- eller modehandelsföretag. Studenten har som alternativ möjlighet att under höstterminen i årskurs tre förlägga sina studier vid något av Textilhögskolans partnerlärosäten utomlands. I det avslutande självständiga arbetet ska studenterna utifrån sina, under utbildningen förvärvade, kunskaper självständigt planera, genomföra och dokumentera en vetenskaplig undersökning inom textil detaljhandel.

Nedan redovisas de kurser som ingår i utbildningen. Kurserna redovisas inte i kronologisk ordning och viss justering kan ske avseende kursernas placering mellan läsåren.

**LÄSÅR 1**
Mode och den kreativa processen, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper om den kreativa processen från idé till färdig produkt och tjänst i den textila värdekedjan fungerar samt hur mode som fenomen kan ses ur flera olika perspektiv.

Textil baskurs , 5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en introduktion till de grundläggande aspekterna av textil produktion och konsumtion.

Fiber och garnteknologi, 5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande förståelse för textila fibrers egenskaper samt garners konstruktion och egenskaper.

Grundläggande marknadsföring, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om grundläggande marknadsföringsteorier och hur faktorer i ett företags interna verksamhet och externa omgivning påverkar marknadsföringen.

Väveriteknik, 5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en förståelse för industriellt vävda textila produkter och hur dessa produkter produceras.

Redovisningens grunder och tekniker, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten en grundläggande förståelse för hur externredovisning genomförs och organiseras.

Trikåteknik, 5 hp
Kursen syftar till att ge studenten grundläggande kunskaper inom industriell trikåproduktion samt framställning av material för produkter i trikå.

Nonwoventeknik, 5 hp

Kursen syftar till att ge studenten en förståelse för nonwoventeknik och produkter tillverkade av nonwovenmaterial.

Organisering och ledning , 7,5 hp
Kursen syftar till att ge en introduktion till ämnet organisation och ledarskap/styrning och syftar till att göra studenten förtrogen med grundläggande begrepp och teorier/modeller som rör organisation och ledarskap. Dessa färdigheter används i kursen för att beskriva, analysera och kritiskt utvärdera organisationer och ledarskap.

Konfektionsteknik, 5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Textil baskurs, Trikåteknik samt Väveriteknik. Kursen syftar till att ge studenterna kunskap om hur produkter inom mode- och textilhandeln sammanfogas genom industriell tillverkning.

**LÄSÅR 2**
Kvantitativ marknadsundersökningsmetodi k, 7.5 hp
Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om hur kvantitativa marknadsundersökningar planeras och genomförs samt hur de data som samlats in genom sådana undersökningar kan analyseras.

Kvalitetssäkring och textil provning, 5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Textil baskurs, Fiber- och garnteknologi, Väveriteknik, Trikåteknik samt Färgning och beredning. Kursen syftar till att ge studenten en förståelse för textil provning och standarder utifrån bransch- och lagkrav samt certifieringssystem.

Färgning och beredning, 5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Trikåteknik, Väveriteknik samt Fiber- och garnteknologi och syftar till att ge studenten kunskap om hur textila tyger och material kan behandlas för att erhålla vissa egenskaper genom färgning och beredning.

Logistik och styrning av försörjningskedjor, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Mode och den kreativa processen samt kurser om textila produkter och produktionsprocesser. Kursen syftar till att ge studenten kunskaper om hur företag arbetar med logistik avseende både distribution av nya produkter och hantering av använda produkter. Kursen inkluderar även inköp av produkter och tjänster.

Teorier om textil detaljhandel, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kurserna Mode och den kreativa processen samt Grundläggande marknadsföring och syftar till att ge studenten förståelse för den fysiska och digitala butiken utifrån traditionell och kultur/sociologi-inspirerad handelsforskning. Kursen omfattar även ett historiskt perspektiv på utvecklingen av handelsformat samt experimentbaserad datainsamling.

Modevetenskaplig teori och metod, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på kursen Mode och den kreativa processen och behandlar olika perspektiv på mode samt tillhörande forskningsmetoder för att samla in och analysera empiriskt material. Kursen berör historiskt, kulturellt, symboliskt och framtidssyftande perspektiv på mode.

Affärssystem och organisering av kundrelationer, 7,5
Kursen bygger vidare på kurserna Mode och den kreativa processen och Grundläggande marknadsföring. Kursen syftar till att ge studenten kunskap om förekommande affärssystem inom textil- och modehandeln samt hur företag kan arbeta med relationer till kunder genom arbetsprocesser, affärssystem, CRM (Consumer Relationship Management) och sociala media.

Hållbarhet inom textil och mode, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på tidigare inslag om hållbar utveckling i kurser om textilt management, textila produkter och textila produktionsprocesser. Kursen syftar till att ge studenten en förståelse för hållbar utveckling, inklusive begrepp och perspektiv som är vanliga inom textil och mode, den historiska utvecklingen inom området samt hur kontext påverkar hållbarhetsarbetet.

Digital marknadsföring och modehandel , 5 hp
Kursen bygger vidare på Grundläggande marknadsföring samt på tidigare kurser inom textilt management. Kursen syftar till att ge studenten en förståelse för hur digital marknadsföring och modehandel organiseras samt strategi- och utvecklingsarbetet avseende digitala plattformar och digital upplevelser.

**LÄSÅR 3**
Som alternativ till programmets kurser under höstterminen läsår tre, kan kurser vid utländskt lärosäte väljas. Studier vid utländskt lärosäte kan maximalt omfatta 30 hp i programmet . Som alternativ till kursen Fältstudie inom detaljhandeln, 15 hp kan student läsa valbara kurser inom textilt management och/eller företagsekonomi med motsvarande nivå av fördjupning.

Marknadskommunikation, 7,5 hp
Kursen bygger vidare på Grundläggande marknadsföring samt på utbildningens tidigare kurser inom textilt management. Kursen tar upp dominerande teoribildning inom marknadskommunikationsområdet från ett beskrivande och problematiserande perspektiv samt gör fördjupade analyser av samtida kampanjexempel. Kursen utgår ifrån ett varumärkesperspektiv och

behandlar bland annat målgrupper, val av kanaler och medier.

Konsumentbeteende, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på Grundläggande marknadsföring samt på utbildningens tidigare kurser inom textilt management. Kursen behandlar klassiska och samtida perspektiv inom det samhällsvetenskapliga kunskapsområdet konsumentbeteende. I kursen diskuteras samtida konsumtionsbeteenden och konsumtionsmönster i relation till samtidshistoriska förändringsprocesser inom samhälle och företagande.

Fältstudie inom detaljhandel, 15 hp
Kursen bygger vidare på tidigare kurser inom textilt management och syftar till att ge studenten möjlighet att genom deltagande i ett detaljhandelsföretag använda och värdera de teoretiska och praktiska kunskaper som tillägnats genom tidigare kurser.

Textilt management i ett detaljhandelsperspektiv, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på de två och ett halvt första årens kurser inom textilt management. Kursen syftar till att fördjupa studentens kunskap om forskning inom området textilt management avseende teorier och metoder för analys . Kursen fördjupar även studentens förmåga till verksamhetsutveckling inom modehandeln ur ett managementperspektiv.

Forskningsmetoder på kandidatnivå, 7.5 hp
Kursen bygger vidare på inslagen av forskningsmetoder som studenterna möter under utbildningens två och ett halvt första år. Kursen behandlar forskningssyfte, val av metod och redovisning av resultat, kvalitativa och kvantitativa metoder samt fördjupning genom litteraturstudier.

Självständigt arbete för kandidatexamen inom textilt management, 15 hp
I det självständiga arbetet ska studenten utifrån sina, under utbildningen, förvärvade kunskaper självständigt planera, genomföra och dokumentera en undersökning byggd på en litteraturstudie och en empirisk undersökning inom textil- och modehandel.

## Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet + Matematik 3b eller Matematik 3c eller Matematik C, Samhällskunskap 1b eller Samhällskunskap 1a1 + 1a2 och Engelska 6
Eller: Matematik fortsättning nivå 1b eller nivå 1c, Samhällskunskap nivå 1b eller nivå 1a2, Engelska nivå 2

## Examen

Efter avklarad utbildning motsvarande fordringarna i denna utbildningsplan, kan studenten efter ansökan till högskolan erhålla följande examen:

Filosofie kandidatexamen med huvudområde textilt management - inriktning textil detaljhandel. Engelsk översättning av examensbenämningen:
Bachelor of Science with a major in Textile Management - specialisation Textile Retailing.

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer Diploma Supplement (engelska).

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan i Ladok för studenter. Mer information finns på högskolans webbplats.

## Studentinflytande och utvärdering

Som en del av kvalitetsarbetet utvärderas såväl enskilda kurser som programmet som helhet i enlighet med högskolans policy för kursutvärdering. En gång per år utvärderas utbildningen som helhet och studenternas synpunkter och utbildningens sammansättning och genomförande granskas 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. 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 ge synpunkter och påverka utbildningen.

## Övrigt

Vid avveckling av utbildning upprättas övergångsregler för samtliga studenter antagna till berörd utbildning. Övergångsregler beslutas i enlighet med högskolans rutiner. Vilka övergångsregler som gäller dokumenteras i den senast fastställda utbildningsplanen.

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