HÖGSKOLAN I BORÅS

Masterprogram i Fashion Management och Marknadsföring
Master Programme in Fashion Marketing and Management
120 högskolepoäng

Ladokkod: TMFMM
Version: 2.0
Utbildningsnivå: Avancerad nivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2020-10-29
Gäller från: HT 2021
Gäller för: Antagna HT 2022

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 ska vara en nationell resurs med global attraktionskraft. Programmet är ett tvåårigt praktiknära program som ges på Textilhögskolan, som med sina textila laboratorier för bland annat väv, trikå, konfektion samt digital handel, skapar en unik miljö för samverkan mellan forskare, företag och studenter. Utbildningen ska möjliggöra kvalificerade arbets- och utvecklingsledande befattningar inom företrädesvis, men ej begränsat till, textilindustri, modeindustri och handel. Utbildningen är forskningsförberedande såväl som professionsförberedande. Utbildningen bedrivs på engelska vilket innebär att studenten förväntas kunna behärska engelska på en sådan nivå att studenten kan tillgodogöra sig undervisning i form av text och tal på engelska, aktivt delta i grupparbeten och diskussioner samt självständigt presentera muntligt och skriftligt på engelska. Huvudämne är textilt management, ett multidisciplinärt ämne med grund i samhällsvetenskaplig forskning inom industriell ekonomi, företagsekonomi, modevetenskap och relaterade områden som adresserar fenomen viktiga för textil- och modeindustrin, med starkt fokus på hållbarhet.

Masterprogrammet Fashion Management och Marknadsföring består av ett basår inom textilt management som avslutas med en fältstudie. Under andra året sker en fördjupning inom textilt management med inriktning fashion management där modesystemets struktur, dynamik och förändringsprocesser är av särskild betydelse. Områden i fokus under år 2 är t.ex. trendanalys, konceptutveckling, konsumentbeteende, marknadsföring, digitalisering och kulturella perspektiv på modemarknaden. Etik och hållbarhet löper som en röd tråd under hela programperioden. Utbildningen är väl förankrad i aktuell forskning på området och har en stark professionsanknytning.

Efter avklarad utbildning ska studenten kunna:

Kunskap och förståelse
1.1 uppvisa kunskaper om och förståelse för textila processer, metoder och tillämpningar i ett textilt managementperspektiv samt väsentligt fördjupade kunskaper om den textila värdekedjan ur ett hållbarhetsperspektiv, med tonvikt på innovation, logistik, supply chain, digital transformation och konsumentinsikt,
1.2 visa fördjupad insikt i forsknings- och utvecklingsarbete med särskild tonvikt på frågor med relevans för textil- och modeindustrin,
1.3 visa fördjupad metodkunskap genom att ha kunskap om, och kunna tillämpa, metoder inom olika forskningsinriktningar inom textilt management,

1.4 visa god förståelse för hur företag kan utveckla ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbara värdeprocesser och system inom ramen för textil- och modeindustrin,

Färdighet och förmåga
2.1 visa förmåga att kritiskt och systematiskt integrera kunskap och att ta ställning till, analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar med praktisk relevans och situationer i förhållande till modets industri och system även med begränsad information,
2.2 söka, bedöma och använda olika typer av källor med relevans för analyser inom textilt management med såväl praktisk som teoretisk förankring,
2.3 visa förmåga att kritiskt, självständigt och kreativt identifiera och formulera vetenskapliga forskningsproblem inom området textilt management,
2.4 visa färdighet och förmåga att självständigt planera och med adekvata metoder genomföra kvalificerade uppgifter inom givna tidsramar, som också lämnar ett kunskapsbidrag inom området textilt management,
2.5 aktivt delta i, leda samt reflektera över lagarbete och samverkan i grupper med olika sammansättning, i dialog med praktikens representanter och med forskarsamhället,
2.6 visa förmåga att i såväl nationella som internationella sammanhang muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa,
2.7 visa sådan färdighet som fodras för att delta i forsknings- och utvecklingsarbete inom textilt management eller för att självständigt arbeta i annan kvalificerad verksamhet,

Värderingsförmåga och förhållningssätt
3.1 visa ett kritiskt och analytiskt förhållningssätt till vetenskaplig kunskapsproduktion i allmänhet och kunskapsproduktion inom textilt management i synnerhet,
3.2 visa förmåga att göra bedömningar baserade på teorier inom textilt management med hänsyn till relevanta vetenskapliga, samhälleliga (t.ex. genusfrågor, likabehandling, mångkulturella frågor, hållbarhet) och etiska aspekter samt visa medvetenhet om etiska aspekter på forsknings- och utvecklingsarbete inom textilt management,
3.3 visa insikt om vetenskapens och teknikens möjligheter och begränsningar, dess roll i samhället och människors ansvar för hur den används,
3.4 visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att ta ansvar för den egna kunskapsutvecklingen.

Innehåll

Det tvåårigа masterprogrammet omfattar fyra terminers heltidsstudier uppdelat i kurser enligt beskrivning nedan. Utbildningen ger fördjupade kunskaper om teoriutveckling, frågeställningar, metoder och aktuell forskning inom textilt management med inriktning på fashion management. Kursutbudet har stark förankring i aktuella frågeställningar inom textil och modeindustrin samt aktuell forskning inom textilt management med fokus på hållbarhet och digital transformation. Utbildningen ska vara väl förankrad i forskningen på området samt ha stark professionskoppling. Nätverksbyggande är redan under studietiden viktigt och gynnas i Textilhögskolans miljö med samverkan mellan design, teknik och management.

Utbildningens pedagogik tar sin utgångspunkt i Boråsmodellen vilket 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.

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 teman, och seminarier där studenterna tilldelas roller som föredragare, diskussionsledare eller diskutanter.

Kurserna under första terminen avser att bredda och fördjupa studentens kunskap från kandidatexamen. Då programmet har en breddad antagning från flera olika discipliner ges stort fokus på att ge god grundläggande kunskap inom teoribildningar inom supply chain management och modevetenskap, textilmaterial- och produktionslära, samt affärsmodeller och strategic management. Utöver detta läser studenterna en kurs i metod som bygger vidare på de kunskaper studenterna har med sig från grundnivå. Undervisningen utgår från metodfrågor och vetenskapsteoretiska överväganden i publicerad forskning vilka kopplas till metodlitteraturens texter. Genom denna metod får studenten en 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.

Under första terminen läser studenterna följande kurser (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Företagande och management i textil- och modebranschen, (3,5 hp)
Engelsk titel: Business and management in the textile fashion industry

Hållbarhetsinriktade affärsmodeller i textil- och klädesindustrin, (4 hp)
Engelsk titel: Sustainability oriented business models in apparel and textile industry

Grundläggande teorier inom Supply Chain Management och Fashion Management, (7,5 hp)
Engelsk titel: Theoretical foundations of Supply Chain Management and Fashion Studies

Metodologi och vetenskapsteori inom Textilt Management, (7,5 hp)
Engelsk titel: On Methodology and the Philosophy of Science in Textile Management

Affärsstrategi och Strategic Management, (7,5 hp)
Engelsk titel: Business Strategy and Strategic Management

Termin två läser studenterna två parallella kurser med fokus på att ge ett fördjupat perspektiv på textilt management och som samtidigt bildar grunden till de två inriktningarna inom ämnet, dvs. Fashion management och marknadsföring respektive Styrning av textila värdekedjor. Under sista perioden av andra terminen genomför studenten antingen ett självständigt forskningsarbete i samarbete med företag i regionen och/eller ett av Högskolan i Borås forskningsprogram alternativt en praktik, allt inom ramen för kursen Fältstudie i textilt management. Kursen är avsedd att ge studenten en fördjupning och tillämpning av textilt management utifrån den kunskap de fått under det första året.

Under andra terminen läser studenterna följande kurser (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Fashion retail marknadsföring, (7,5 hp)
Engelsk titel: Fashion Retail Marketing and Communication

Hållbar styrning av värdekedjor inom textil- och klädindustrin, (7,5 hp)
Engelsk titel: Sustainable supply chain management in apparel and textile

Fältstudier inom Textilt Management, (15 hp)
Engelsk titel: Field Study in Textile Management

Vid etappavgång efter halva studietiden kan studenten ansöka om antagning till senare del av program för Master in Textile Management One Year utan specialisering. Antagning till annat program sker baserat på individuella studieresultat och endast i mån av plats, resurser och under förutsättning att ansökan om byte inkommit i tid. Kursen Field Study in Textile Management ersätts då av Thesis for One Year Master's Degree in Textile Management (15 hp).

Termin tre består av fyra kurser som alla ger en fördjupning inom huvudområdet textilt management med inriktning fashion management. Under tredje terminen läser studenterna följande kurser (viss förändring i ordningen på kurser kan förekomma):

Digital Marknadskommunikation, (7,5 hp)
Engelsk titel: Digital marketing communication

Konsumentbeteende i modesektorn, (7,5 hp)
Engelsk titel: Fashion Consumer Behaviour

Trendanalys och prognoser inom modehandeln, (7,5 hp)
Engelsk titel: Trend analysis and fashion forecasting in fashion retail

Konsumtion och varumärkesbyggande - kulturella perspektiv på modemarknaden, (7,5 hp)
Engelsk titel: Consumption and Branding – Cultural Perspectives on Fashion Markets

Termin fyra genomför studenten ett självständigt forskningsarbete som utmynnar i en masteruppsats om 30 hp (huvudområde Textilt Management A2E). Masteruppsatsen ska ha hög relevans för kunskapsutvecklingen 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 studenten genomfört examensarbete för magisterexamen om 15 hp ersätts denna med kursen Fältstudie i Textilt Management på 15 hp.

Förkunskapskrav

Kandidatexamen inom företagsekonomi, modevetenskap, textildesign eller modedesign. Dessutom krävs kunskaper i engelska motsvarande Engelska 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 - inriktning Fashion Marknadsföring och Management.

Examens engelska benämning är:
Degree of Master of Science (120 Credits) with a major in Textile Management –specialization in Fashion Marketing and Management;

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

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.

Utbildningen har endast begränsade möjligheter för internationellt utbyte men säkerställer kraven på internationalisering på hemmaplan genom internationell rekrytering, ett internationellt lärarlag samt innehåll i kurserna där internationalisering är ett naturligt inslag i alla delar.

Undervisningen bedrivs på engelska.