Linnéuniversitetet
Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Institutionen för design

1DI044 Butikskommunikation I, 7,5 högskolepoäng
Retail Communication I, 7.5 credits

Huvudområde
Design

Ämnesgrupp
Design

Nivå
Grundnivå

Fördjupning
G1N

Fastställande
Fastställd av institutionsstyrelsen vid Institutionen för design 2009-07-24

Senast reviderad 2011-06-14. Kursplan översatt till engelska.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2011

Förkunskaper
Antagen till programmet för inrednings- och
butikskommunikation.

Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs ska studenten ha fått grundläggande kunskaper i detaljhandelns visuella kommunikationmångfald.
Studenten skall:

Kunskap och förståelse

- kunna problematisera med varierande uppdrag inom detaljhandeln
- ha kännedom om områdets vetenskapliga grund och kunskap om några tillämpliga metoder inom området.

Färdighet och förmåga

- visa förmåga att söka, samla och kritiskt tolka relevant information för att formulera svar på väldefinierade frågeställningar inom butikskommunikation
- visa förmåga att redogöra för och diskutera sitt kunnande med olika grupper

- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta med vissa uppgifter inom det område som utbildningen avser.

- ha fått insikter om marknadsstrategier från ett nationellt och internationellt perspektiv.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- Visa kunskap om och ha förutsättningar för att hantera etiska frågeställningar

- Visa på en förmåga att i ett affärsmässigt sammanhang, på ett kommunikativt och informativt sätt, använda sig av gestaltning med en konstnärlig dimension

Innehåll
Kursen kommer att behandla följande moment:
Målgruppsanalys
Definition av affärsidén - marknadspositionering
Produkt - sortimentbeskrivning
Rumsanalys med fokus på varuexponering
Ovannämnda moment tar också upp följande aspekter:
varumärkeshantering, försäljningsgolvet, produktexponering,
skyltfönstrets olika gestalningstekniker och ljussättning.

Undervisningsformer
Föreläsningar, laborationer (workshops), handledning,
seminarier, studiebesök, självstudier och projekt.
I projekten varvas självständigt arbete med föreläsningar,
laborationer, handledning och slutgenomgång.

Examinationsformer
Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.
Examinationsformer omfattar inlämningsuppgifter. Det
praktisk-teoretiska kunskapsbyggandet kräver aktiv närvaro i
alla kursmoment, minsta närvaro är 80%

Kursvärdering
Efter avslutad kurs genomförs en kursutvärdering som sammanställs och återkopplas till studenterna samt arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

Övrigt
Studenten skall räkna med kostnader för material, utskrifter och studiebesök.

Kurslitteratur och övriga läromedel
Obligatorisk litteratur
Nordfält Jens. Marknadsföring i butik. Liber 2007. 288 s.

Referenslitteratur
Bo Pettersson, Handelsmännen, Månpocket, 2003, 352 s, ISBN10: 9170010137, ISBN13: 9789170010132

Helgeson, Susanne, Sommar, Ingrid, Nordiska kompaniet - den kommersiella teatern, Wahlström & Widstrand, 2002, 227 s, ISBN 91-46-20158-0

Tidskrifter:
ELLE Sverige
ELLE France
Hachette

HARPERS Bazaar –USA
The national magazine ltd

INTERNI
Arnoldo Mondotari Editore