



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design  
Institutionen för design

1DI047 Butikskommunikation II, 7,5 högskolepoäng  
Retail Communication II, 7.5 credits

### Huvudområde

Design

### Ämnesgrupp

Design

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1F

### Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-12-15

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

### Förkunskaper

1DI044 Butikskommunikation I och 1DI043 Inredning I eller motsvarande.

### Förväntade studieresultat

Efter avslutad kurs skall studenten ha en djupare insikt i uppbyggande av kommunikativa marknadsstrategier för produktexponering och utformning av tjänster på såväl nationellt och internationellt perspektiv .  
Studenten skall kunna problematisera ett uppdrag utifrån teoretisk och praktisk kunskap och tillämpa den kunskapen i utförandet av en praktisk lösning för uppdraget.

### Innehåll

Det kommersiella rummets egenskaper.  
Analys med utgångspunkt i rummets uttryck, dess kvalitativa kommunikationsegenskaper och potential för produktvisning och utförande av tjänster.  
Målgruppanalys, socio/ekonomiska och kulturella fenomen som påverkar konsumenters beteende. Analys av kommersiella rums visuella identitet, med fokus på produkter och tjänster.  
Tillämpning, ett projektarbete inom detaljhandeln.  
Följande detaljhandelsbegrepp tas upp under kursen:  
Rummets möjligheter, golvet , skyltfönster, varumärkeshantering, varuexponering och ljussättning.

### Undervisningsformer

Föreläsningar, laborationer (workshops), handledning, seminarier, studiebesök, självstudier och i vissa moment i projektform, individuell handledning och seminarier (del- och slutgenomgångar).

## 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

I samband med kursavslutningen genomförs en skriftlig kursvärdering enligt universitetets riktlinjer. Kursvärderingen arkiveras på institutionen.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet. Överlappar helt med PIB927 Butikskommunikation II

## Övrigt

Vissa delmoment i kursen kan komma att medföra kostnader som bekostas av kursdeltagaren.

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### Obligatorisk litteratur

Michel van Tongeren, Retail Branding From Stopping Power to Shopping Power, Bis publishers, Amsterdam, 2003, upplaga 2, ISBN 10: 9063690436, 160 sidor  
Lea Bauer, Luxury Stores Top of the World, teNeues Verlag GmbH + Co KG, Farbfotos, 2009, ISBN-10: 3832792996, ISBN-13: 978-3832792992, 396 sidor

### Referenslitteratur

Sabina Marreiros, Heinfried Tacke, Shop design, TeNeues Publishing Company, 2006, ISBN-13: 9783832791049, ISBN: 3832791043, 399 sidor  
Vanessa Thureau, Ultimate Lighting Design, TeNeues Publishing Company, 2005, ISBN 10: 3832790160, 528 pages  
Johnny Tucker, Retail Desire Design, Display and the Art of the Visual Merchandiser, Roto Vision 2004, ISBN 10: 288046806X, 160 sidor

### Tidskrifter:

AD Architectural Digest, Germany, Condé Nast International  
ELLE, France, Italy, Spain, Hachette  
INTERNI, Italy, Arnoldo Mondotari Editore s.p.a