



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

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 2009-12-15

Senast reviderad 2016-06-14 av Fakulteten för konst och humaniora. Revideringen avser omformulering av mål, samt borttagande av undervisningsformer som ej används.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2016

Förkunskaper

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

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för och praktisera uppbyggande av kommunikativa marknadsstrategier för produktexponering, till såväl nationell som internationell verksamhet,
- problematisera ett uppdrag utifrån en teoretisk och praktisk kunskap samt tillämpa den kunskapen i utförandet av en praktisk lösning för uppdraget.

Innehåll

Kursens innehåll består av:

- Fördjupning i rummets möjligheter som försäljningsyta,
- Metodik- Målgruppanalys, socio/ekonomiska och kulturella fenomen som påverkar konsumenters beteende och deras perception av färg, form och material,
- Metodik - Fördjupning i produktkommunikation metod och maner uppbyggande, som används av nationellt och internationellt detaljhandels verksamhet,
- Narrativ och informativ varuexponering i butikskommunikationssammanhang,
- Ljussättning av försäljningsgolvet och skyltfönster,
- Projektarbete.

Undervisningsformer

Föreläsningar, workshops, handledning, seminarier och studiebesök.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examinationsformen omfattar inlämningsuppgifter.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs en kursvärdering. Resultat och analys av kursvärderingen ska återkopplas till de studenter som genomfört kursen och de studenter som deltar vid nästa kurstillfälle.

Kursvärderingen genomförs anonymt. Kursvärderingen arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

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

Tillkommande kostnader för material och utskrifter bekostas av studenten.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Pleger, M (2011) *Visual Merchandising and Display*. Fairchild's books förlag. ISBN 9781609010843. 400 sidor.

Referenslitteratur

Bauer, L. (2009) *Luxury Stores Top of the World*. teNeues Verlag GmbH + Co KG, Farbfotos. ISBN 978-3832792992. 300 sidor.

Dahlén Micael, Lange Fredrik (2012) *Optimal Marknadskommunikation*. Liber. ISBN 9789147088775. 605 sidor.

Ericsson Wärm, Karina. (2012) *Modebibeln*. Bonnier Fakta. ISBN 9789174241495. 255 sidor.

Marreiros, S & Tacke, H. (2006) *Shop design*. TeNeues Publishing Company. ISBN 9783832791049. 380 sidor.

Thaureau, V. (2005) *Ultimate Lighting Design*. TeNeues Publishing Company. ISBN 3832790160. 500 sidor.

Tucker, J. (2004) *Retail Desire Design, Display and the Art of the Visual Merchandiser*. Roto Vision. ISBN 288046806X. 160 sidor.

Tidskrifter:

AD Architectural Digest, Germany, Condé Nast International

ELLE, France, Italy, Spain, Hachette

INTERNI, Italy, Arnoldo Mondotari Editore s.p.a