



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE11E Examensarbete i inredning eller butikskommunikation för inrednings- och butikskommunikatörer, 15 högskolepoäng

Degree Project: Interior Design and/or Visual Merchandising for the Programme of Interior Decoration, 15 credits

Huvudområde

Design, Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1E

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2010-06-14

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt särskild behörighet Matematik A, Samhällskunskap A

Förväntade studieresultat

Efter genomgången kurs skall studenterna kunna

- analysera och problematisera en vald situation med anknytning till det innehåll som meddelats inom ramen för programmet för inrednings- och butikskommunikation
- utarbeta ett förslag till inrednings- eller butikskommunikationslösning
- logiskt argumentera för den valda lösningen såväl skriftligt som visuellt
- logiskt argumentera för den valda lösningen med hänsyn till såväl designmässiga som företagsekonomiska aspekter

Innehåll

1. Planera ett av studenterna utarbetat projekt
2. Genomföra och argumentera för den valda lösningen i såväl rapportform som med gestaltungs-lösning
3. Presentera arbetet i slututställning och seminarie

Undervisningsformer

Inledande lektioner om arbetets uppläggning och inriktning.Handledning i grupp och individuellt under arbetets utförande. Examinationsutställning/seminarier med redovisning och opposition.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examination sker på grundval av slutinlämning av såväl visualiserade egna arbeten (reellt genomförda, praktiska inrednings- eller butikskommunikationer, prototyper eller på annat sätt visualiserade förslag) som skriftliga motiveringar.

Designaspekterna kommer att sammanvägas med en bedömning utifrån såväl företagsekonomiska aspekter som praktikaspekter.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Jacobsen, Dag Ingvar. *Vad, hur och varför?* Lund, Studentlitteratur, senaste utgåvan

Referenslitteratur

Julier, Guy. *The Culture of design*. London: SAGE, senaste utgåvan

Landqvist, Jan. *Vilda idéer och djuplodande analys: om designmetodikens grunder*. Stockholm, Institutionen för industridesign, Konstfack: Carlsson, senaste utgåvan

Tongeren, Michel Van. *Retail Branding. From stopping power to shopping power*. Amsterdam, BIS Publisher, senaste utgåvan

Österlin, Kenneth. *Design i fokus för produktutveckling. Varför ser saker ut som de gör?* Malmö, Liber ekonomi, senaste utgåvan

Dessutom väljer studenten själv i samråd med handledare ytterligare cirka 200-400 sidor litteratur som anknyter till det valda examensarbetets inriktning.