



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

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

1FE11E 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 2010-06-14

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt särskild behörighet Matematik A, Samhällskunskap A

### Mål

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 gestaltungslosning  
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.

## Examination

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.