



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1FE12E Inrednings- och butikskommunikation, examensarbete (högskoleexamen), 15 högskolepoäng

Interior Design and/or Visual Merchandising, Degree Project (University Diploma), 15 credits

Huvudområde

Design, Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1E

Fastställande

Fastställd av institutionsstyrelsen vid Ekonomihögskolan 2012-05-30

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2013

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att 70 hp (av totalt 105 hp) av kurser på programmet för inrednings och butikskommunikation är genomgångna och godkända

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 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.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet ”Principer för betygsrapportering dnr 2011/160”

Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning anmodas inte gå upp på ordinarie slutseminarium. Examensarbetet måste bedömas kunna bli godkänt vid ny sluthandledning och får gå upp på senare slutseminarium.

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 presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

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

Referenslitteratur

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

Solomon, Michael R., *Consumer behaviour- A European perspective*, senaste upplagan

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

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

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