



Utbildningsplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

Inrednings- och butikskommunikation, 120 högskolepoäng
Interior Decoration and Visual Merchandising Programme, 120 credits

Nivå

Grundnivå

Inrättande av program

Inrättad av Organisationskommittén 2009-03-26

Fastställande av utbildningsplan

Fastställd av Organisationskommittén 2009-09-15

Utbildningsplanen gäller från och med höstterminen 2010

Förkunskaper

Grundläggande behörighet samt Engelska B, Matematik A och Samhällskunskap A (områdesbehörighet 4 med undantag från Matematik C).

Programbeskrivning

Programmet för inrednings- och butikskommunikation syftar till att utbilda kvalificerade inredare och butikskommunikatörer med färdigheter som är anpassade för deras framtida yrkesroller på en global marknad. Avsikten är att studenterna ska förvärva kunskaper i såväl design som företagsekonomi för att på så sätt skapa en förmåga att sätta inredarens och butikskommunikatörens roll i ett affärsmässigt sammanhang, främst inom detaljhandeln.

Mål

Centrala examensmål enligt Högskoleförordningen

Kunskap och förståelse

För högskoleexamen skall studenten

- visa kunskap och förståelse inom det huvudsakliga området (huvudområdet) för utbildningen,
- inbegrivet kännedom om områdets vetenskapliga grund och kunskap om några tillämpliga metoder inom området.

Färdighet och förmåga

För högskoleexamen skall studenten

- visa förmåga att söka, samla och kritiskt tolka relevant information för att formulera svar på väldefinierade frågeställningar inom huvudområdet för utbildningen,
- visa förmåga att redogöra för och diskutera sitt kunnande med olika grupper, och
- visa sådan färdighet som fordras för att självständigt arbeta med vissa uppgifter inom

det område som utbildningen avser.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För högskoleexamen skall studenten

- visa kunskap om och ha förutsättningar för att hantera etiska frågeställningar inom huvudområdet för utbildningen.

Programspecifika lärandemål för programmet för inrednings- och butikskommunikation är följande:

- visa på en förmåga att använda konstnärlig gestaltning i ett affärsmässigt sammanhang.

Innehåll och struktur

Organisation

Utbildningen är placerad vid Fakulteten för ekonomi och design och ges vid Ekonomihögskolan. Det finns en programansvarig som har det övergripande ansvaret för programmet samt ett programråd bestående av studeranderepresentanter samt programansvarig. Det finns även en programgrupp bestående av de på programmet undervisande lärarna.

Programöversikt

Programmet för inrednings- och butikskommunikation omfattar totalt två års heltidsstudier. Design och grundläggande företagsekonomi, med fokus på marknadsföring, genomsyrar hela utbildningen och behandlar företag och organisationers beroende av omvärlden och visar hur de kan tillfredsställa behov, önskemål, krav och efterfrågan på olika marknader. Formerna för undervisning varierar inom och mellan de olika kurserna, men fokus ligger på problembaserat lärande baserat på öppna fallstudier. Det första året består av grundläggande företagsekonomiska studier, grundläggande designstudier, introduktion och praktik. Det andra året erbjuder fortsättningsstudier i företagsekonomi och design samt praktik och examensarbete.

Kurser i programmet

År 1, Basblock

Introduktion och praktisk yrkesorientering,

4,5 hp, nivå G1N (obligatorisk), a)

Grundläggande företagsekonomi, 22,5 hp, nivå G1N (obligatorisk), a)

Grundläggande designstudier, 33 hp, nivå G1N (obligatorisk), b)

År 2, Fortsättningsår

Företagsekonomi II, 12 hp, nivå G1F (obligatorisk), a)

Butikskommunikation och inredning, 15 hp nivå G1F (obligatorisk), b)

Visuell identitet, 9 hp nivå G1F (obligatorisk), a)

Praktik, 9 hp nivå G1E (obligatorisk), c)

Examensarbete, 15 hp nivå G1F (obligatorisk), d)

Kurserna kan komma att ges i annan ordning.

a) Tillhör huvudområdet företagsekonomi

b) Tillhör ämnet design

c) Består av en kombination av ämnena företagsekonomi och design

d) Består av 7,5 hp företagsekonomi samt 7,5 hp design

Omvärldskontakter

De praktiska momenten, som sker i samverkan med partnerföretagen, spelar en central roll i utbildningen. I flera av kurserna på utbildningen ingår praktiska moment som görs på partnerföretagen. Under utbildningen får studenterna återkommande kontakter med yrkesverksamma inom områdena inredning och butikskommunikation.

Utlandsstudier

Om önskemål och möjlighet finns kan studenter på eget initiativ genomföra praktik och examensarbete utomlands under termin fyra. Studenterna erbjuds ta del av det samlade utbudet av avtal med utländska lärosäten som finns inom Linnéuniversitetet. Studenterna uppmanas också, om önskemål finnes, att på egen hand finna lärosäte utanför de avtal som finns.

Perspektiv i utbildningen

I dagens inrednings och butikskommunikation är ett förhållningssätt till ett hållbart samhälle som innefattar en social, etnisk och kulturell mångfald ofrånkomligt. Under programmets gång diskuteras identitetsskapande processer, samt hur olika gestaltningar kan tolkas och formas i ett kommersiellt sammanhang utifrån olika perspektiv som genus, etnicitet och kulturell tillhörighet.

Internationalisering är en viktig del i företagets utveckling och den globala konkurrenskraften diskuteras och analyseras under programmets gång.

Kvalitetsutveckling

Utbildningen har en programansvarig, ett programråd samt en programgrupp som säkerställer kontinuerlig utveckling av programmet, uppföljning och utvärdering. Programansvarig har det övergripande ansvaret för programmets administration, kvalitetsutveckling samt kvalitetsuppföljning.

Ett flertal instrument, till exempel kursutvärdering efter avslutad kurs samt programråd och återkoppling till studenterna används för att stimulera studentinflytandet.

Kontinuerlig utvärdering sker dels på kursnivå, dels på programnivå. Sammanställningar av kurs- och programutvärderingar finns tillgängliga på lärosätet.

Programrådet består av studeranderepresentanter från varje årskurs samt programansvarig. Till programrådet kallas även ansvariga lärare på de kurser som genomförs under terminen samt representanter från partnerföretag. Programrådet träffas varje termin för att diskutera programmets kvalitet och utveckling.

Det finns även en programgrupp bestående av de på programmet undervisande lärarna. Gruppen träffas kontinuerligt för att diskutera vetenskapliga perspektiv, stämna av integration och samordningen mellan de olika utbildningsmomenten samt driva utvecklingen av programmet.

Kontakt med näringsliv och samhälle sker genom dialog med representanter inom området, för att upprätthålla kunskap och kompetens kring förändringar och utvecklingstrender.

Examen

Efter avklarade studier på programmet samt då avklarade studier motsvarar de fordringar som finns angivna i Höskoleförordningens examensordning samt i den lokala examensordningen för Linnéuniversitetet kan studenten ansöka om följande examen::

Högskoleexamen med inriktning mot inrednings- och butikskommunikation
(Huvudområde: Företagsekonomi)

University Diploma with specialization in Interior Decoration and Visual Merchandising
(Main Field of study: Business Administration)

Examensbeviset är tvåspråkigt (svenska/engelska). Tillsammans med examensbeviset följer

Diploma Supplement (engelska).

Obligatoriska kurser krävs för ovanstående examensbenämning.

Övrigt

I samband med ansökan till programmet ska arbetsprover bifogas. Information om detta finns i anmälningmaterialet. Urval görs i steg 1 genom bedömning av arbetsprov, men också genom yrkeslivserfarenhet. I steg 2 genomför vi även intervjuer.

Varje student kan räkna med material- och resekostnader på cirka 2000 kronor per termin.