



## Mode, marknadsföring och konsumtion – kulturella perspektiv Fashion, marketing and consumption - cultural perspectives

2,5 högskolepoäng

2,5 credits

---

**Ladokkod:** FTMSK01

**Version:** 1.0

**Fastställt av:** Forskarutbildningsutskottet - Textilt management 2022-04-12

**Gäller från:** VT 2022

**Nivå:** Forskarnivå

**Forskarutbildningsämne:** Textilt management

**Förkunskapskrav:** Antagen till forskarutbildning i textilt management eller motsvarande

**Betygsskala:** Underkänd eller Godkänd

---

### Innehåll

Kursen introducerar studenterna till teorier och metoder för kulturella ansatser inom marknadsföringsämnet – särskilt avseende modemarknadsföring. Centralt för innehållet är frågor om marknadsföringens roll i att definiera, skapa och förändra mode. Här ingår att förstå både praktiker, diskurser och verktyg inom marknadsföringsfältet i relation till teorier, ideologier, myter, och möjliga maktkamper. Kursen introducerar även studenterna till konsumtionskulturell forskning om mode. Innehållet är tematiserat i tre områden: *Mode och samhällsförändringar*, *mode och konsumtionskultur*, samt *mode och hållbarhet*. Under rubriken mode och hållbarhet behandlas särskilt frågor om marknadsföringens roll i omställningen till en socialt och ekologiskt hållbar modeindustri. Frågor om marknadsförarens roll i termer av etik och ansvar är integrerat i samtliga innehållsliga teman. I kursen ingår även en övning i att använda, för kursen relevanta begrepp, för att göra analys av kvalitativt empiriskt material.

### Mål

Kursens mål är att genom en kritisk genomgång av centrala texter förstå hur mode marknadsförs och den roll marknadsförare spelar som kulturella agenter i att identifiera mode och dess marknader.

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

#### 1. Kunskap och förståelse

- 1.1 Beskriva teorier och metoder för att undersöka marknadsföring och konsumtion av mode som kulturella praktiker.
- 1.2 Beskriva teorier och metoder för att studera marknadsförare som kulturella aktörer – utifrån frågor om makt, etik och ansvar.

#### 2. Färdighet och förmåga

- 2.1 Applicera kulturvetenskapliga begrepp för analys av kvalitativt material med relevans för kursens innehåll.
- 2.2 Skriva vetenskapligt trovärdiga förslag på forskningsprojekt med hjälp av kursens teoretiska perspektiv.

#### 3. Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 3.1 Kritiskt reflektera över det vetenskapliga värdet av kulturella perspektiv för kunskap om mode, konsumtion och marknadsföring.
- 3.2 Kritiskt reflektera över marknadsförarens roll och ansvar som kulturell aktör i att definiera, skapa och förändra mode.

### Undervisningsformer

Kursen ges i form av seminarier.

Undervisningen bedrivs på engelska, men undervisning på svenska kan förekomma.

## **Examinationsformer**

Kursmålen kommer att examineras genom en kombination av skriftliga inlämningsuppgifter och aktivt seminariedeltagande.

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Inlämning 1: skriftlig inlämningsuppgift 1

Lärandemål 1.1, 2.1, 2.2

Högskolepoäng: 1 hp

Betygsskala: Underkänd (U) eller Godkänd (G)

Inlämning 2: skriftlig inlämningsuppgift 2

Lärandemål 1.1, 2.1, 2.2

Högskolepoäng: 1 hp

Betygsskala: Underkänd (U) eller Godkänd (G)

Inlämning 3: skriftlig inlämningsuppgift 3

Lärandemål 1.2, 3.1, 3.2

Högskolepoäng: 0,5 hp

Betygsskala: Underkänd (U) eller Godkänd (G)

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

## **Kurslitteratur och övriga läromedel**

Karin M. Ekström (red.) (forthcoming). *Marketing Fashion: Critical Perspectives on the Power of Fashion in Contemporary Culture*. Routledge: London.

Därutöver tillkommer tidskriftsartiklar.

En lista över texter att läsa inför varje seminarium kommer att tillhandahållas i samband med kursstart.

## **Studentinflytande och utvärdering**

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursutvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram. Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

## **Övrigt**

Kursen är obligatorisk för forskarstuderande i Textilt management.