

Programbeskrivelse

Bachelor i Retail Design

180 studiepoeng

2020-2023

*Studiet er akkreditert av NOKUT: 09.06.2011
Studieplanen er godkjent i Utdanningsutvalget: 19.09.2019 (UU/ADM-sak 21/19)*

Innhold

1. Innledning	3
1.1 Formelle krav	4
2. Læringsutbytte	5
3. Studiets struktur	6
3.1 Faglig progresjon	6
3.2 Emner 1. studieår	7
3.3 Emner 2. studieår	8
3.4 Emner 3. studieår	9
3.5 Valgemner	10
3.6 Bacheloroppgave	10
4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling	12
4.1 Ordninger for internasjonalisering	12
4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling	12
5. Undervisnings- og vurderingsformer	13
5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning	13
5.2 Eksamens- og vurderingsformer	13

1. Innledning

Bachelor i Retail Design er en treårig heltids bachelor utdanning ved Høyskolen Kristiania. Studieprogrammet gir studentene en unik bredde i og kunnskap om det å skape den gode opplevelsen gjennom design og funksjonelle løsninger for de kanaler og arenaer som retail er en del av. Retailbransjen er nå i en stor utvikling da den digitale arena er godt etablert og gir bransjen en stor utfordring i forhold til hvor og hvordan man skal presentere sine produkter eller tjenester. Målet med studieprogrammet er å utdanne studenter med god og bred kunnskap innen våre fagretninger som skal være med på å prege retailbransjen i fremtiden.

Overalt finnes det noe som skal eksponeres eller selges. I dagens samfunn beveger vi oss innenfor retail design fagfeltet på de fleste arenaer vi befinner oss, uansett om det er analogt eller digitalt. I denne bransjen handler det om å skape den gode opplevelsen for forbrukeren. Da må man kunne jobbe både strategisk og kreativt, ha gode samarbeidsevner og samtidig evnen til å tenke og reflektere alene. Dette studiet retter seg mot Norges største bransje, varehandelen, og alt det den skaper av ringvirkninger. Dette gjør at nedslagsfeltet for jobbmuligheter er meget store.

Programmet er praktisk orientert med forankring i teori. Vi beveger oss innen flere retninger i retailbransjen: Butikkplanlegging, Visual Merchandising, utstillingsdesign, Brand Scapes (merkevarekommunikasjon i rom), og kommersielle interiører som café og restaurant. Alt baserer seg på grundig research, analyser, strategi, ideutvikling og kreative funksjonelle konseptløsninger.

Studentene samarbeider med andre studenter på høyskolen, også i tverrfaglige grupper. Studentene jobber med gitte oppgaver og selvvalgte prosjekter. I flere av emnene samarbeider høyskolen med eksterne partnere. Studentene får god trening i å utvikle og presentere sine løsninger både internt og for eksterne oppdragsgivere.

De to første årene er studiet lagt opp til å skape en god og grunnleggende kompetanse. Høyskolen har et godt utviklet rekvisittlager som benyttes når studentene komponerer utstillingsvinduer, podier og funksjonsrom/interiører i full skala. I tillegg får studentene opplæring i materialer og verktøybruk på både snekkerverksted og malersal. Det siste året kan studentene spesialisere seg innen hovedretningene retail design (konseptuell butikkplanlegging) eller brand. Begge spesialiseringene gir studentene innføring i E-Handel og trendanalyse. Studieprogrammet passer for de med interesse for designbasert kommunikasjon i store og små rom og for de som ønsker å jobbe både fysisk og teoretisk.

Kunnskapen og erfaringene studenter som studerer ved Bachelorprogrammet i Retail Design tar med seg er meget relevant i dagens arbeidsmarked. Bachelor i Retaildesign er en praktisk og yrkesrettet tilnærming til fagområdet. Samtidig som det har sterkt fokus på solid faglig kvalitet, FoU, faglig og pedagogisk utvikling, praksisnær undervisning og tett kontakt med bransje og næringsliv for å sikre studentene relevant kompetanse for yrkeslivet.

Retailbransjen er stor og beveger seg på mange arenaer. Dette gjør at studentene vil ha en god grunnleggende kompetanse og er reflektert for å løse de utfordringer bransjen er utsatt for. Etter fullført bachelorgrad er det mulig å fortsette på en masterutdanning i Norge eller i utlandet.

Etter endt studium vil studentene kunne planlegge og gjennomføre prosjekter for Retailbransjen. Studentene vil kunne tenke strategisk så vel som ide og løsning. De vil ha kompetanse på å jobbe i team med andre faggrupper eller jobbe selvstendig. De skal være i stand til å evaluere og reflektere rundt sitt eget arbeid, prosessen eller løsning som man skaper i et team. De vil jobbe ut mot oppdragsgivere i bransjen og løse deres utfordringer. Bransjen er i dag i stor utvikling. Man må tenke både analoge og digitale løsninger, samt skape løsninger som vil være bærekraftige for forbruker, oppdragsgiver og miljøet.

1.1 Formelle krav

Undervisningen er heltidsbasert på campus. For å være søknadsberettiget til utdanningen kreves generell studiekompetanse, bestått opptaksprøve og intervju.

Opptak og rangering skjer lokalt og etter bestemmelsene i «Forskrift om opptak til høyere utdanning».

2. Læringsutbytte

Alle studieprogrammer ved Høgskolen Kristiania har fastsatt et overordnet læringsutbytte som enhver student er forventet å oppnå etter å ha fullført studiet. Læringsutbytte beskriver hva studenten er forventet å vite, kunne og være i stand til å gjøre som et resultat av læringsprosessene knyttet til studiet. Læringsutbytte er beskrevet i kategoriene kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse.

Kunnskap

Kandidaten ...

- kjenner til og kan vise at de behersker de komplekse arbeidsoppgavene det er å lede, utvikle og gjennomføre selvstendig oppgaver innen retail design
- kjenner til FoU/KU-aktiviteter som finnes innen dette faget, bransjen og det sosiokulturelle, og kan nyttiggjøre seg dette i kreative prosesser og prosjektgjennomføring
- kan orientere seg om utviklingen i faget og forholde seg både åpen og kritisk
- har kunnskap om utvikling og trender i samfunnet både nasjonalt og internasjonalt
- har en forståelse for det sosiokulturelle som gjør dem i stand til å ta de riktige faglige vurderingene

Ferdigheter

Kandidaten ...

- kan selvstendig utvikle og gjennomføre en produksjon etter profesjonelle standarder
- kan reflektere og evaluere sin egen faglig utvikling i samarbeid med veileder og medstudenter
- kan bruke teori og praktisk erfaring i sosialt faglig samspill med sine medstudenter i ulike prosjektteam og roller
- kan løse praktiske prosjekter både håndverksmessig og visuelt

Generell kompetanse

Kandidaten ...

- har innsikt i relevante fag- og yrkesetiske problemstillinger som diskriminering, opphavsrett og konfidensielle forhold
- kan både delta i, lede og gjennomføre prosjekter fra kreative idéprosesser til strategisk rettet løsninger
- har stor forståelse for viktigheten av godt tverrfaglig arbeid, og kan formidle sentralt teoretisk fagstoff både skriftlig og visuelt
- kan, med god faglig forståelse, bidra med utviklingen av faget gjennom sine erfaringer
- kan gjennom sitt arbeid vise at de er selvstendige, analytiske, kritisk kompetente og originale

3. Studiets struktur

Bachelor i Retail Design er et treårig studium som totalt teller 180 studiepoeng, hvorav 157,5 studiepoeng dekkes av obligatoriske emner, og 22,5 studiepoeng av valgfrie (valgemner).

Studiet består av fagområdeemner på tilsammen 22,5 studiepoeng som er felles med andre studieprogram innen fagområdet og spesialiseringsemner på tilsammen 112,5 studiepoeng som er spesifikke for studieprogrammet., samt en bacheloroppgave på 22,5 studiepoeng.

Studiet gjennomføres over seks semestre, og er bygget opp på følgende måte:

Bachelor i Retail design				
1. semester (høst)	Metode og kreative prosesser 7,5 sp	Visuelle uttrykk 7,5 sp	Introduksjon til Retail Design 15 sp	
2. semester (vår)	Digitale verktøy 7,5 sp	Materialer og teknikker 7,5 sp	Visual Merchandising 1 15 sp	
3. semester (høst)	Strategi og samfunn 7,5 sp	Visual Merchandising 2 7,5 sp	Butikkplanlegging 1 15 sp	
4. semester (vår)	Valgemne (7,5 sp)	Utstillingstekniker 7,5 sp	Brand scapes 1 7,5 sp	Produktdesign 7,5 sp
5. semester (høst)	E-handel 7,5 sp	Trend Analysis and Forecasting 7,5 sp	Valgemne 15 sp	
6. semester (vår)	Teori og metode 2 7,5 sp	Bacheloroppgave (22,5 sp)		

Spesialiseringsemner	Fagområdeemner
----------------------	----------------

3.1 Faglig progresjon

Det første året gir grunnleggende kompetanse innen retail faget. Her er studentene gjennom noen av programmets emner på et grunnleggende nivå for at de skal opparbeide seg en kunnskapsbase for det videre studiet.

Det andre studieåret bygger videre på noen av basis emnene fra første år og gir en innføring i butikkplanlegging og brand scapes.

Det tredje året, 5. semester, gis studentene en mulighet til å fordype seg i to av hovedemnene innen retail design. Studentene velger selv et av følgende emner:

- Butikkplanlegging 2, 15 sp
- Brand scapes 2, 15 sp

5. semester er videre tilrettelagt for inn- og utveksling gjennom de internasjonaliseringsprogram Høgskolen Kristiania deltar i.

I det 6. og siste avsluttende semesteret jobber studentene med en bacheloroppgave hvor de fordyper seg ytterligere i et av hovedområdene og anvender kunnskapen og ferdighetene de har tilegnet seg i tillegg til å vurdere sin egen utøvende praksis i lys av teori.

Retail design har sin forankring i relevant forskningsarbeid og kunstnerisk utviklingsarbeid og studentene vil møte en tverrfaglig tilnærming til sine hovedområder: Visual Merchandising, utstillingsteknikker, brand communication og butikkplanlegging. Disse fagområdene er store og overglidende arenaer som studentene vil bevege seg på.

Studiet avsluttes av en obligatorisk bacheloroppgave i 6. semester. Studentene velger selv tema for bacheloroppgaven.

3.2 Emner 1. studieår

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
Metode og kreative prosesser	7,5	Dette emnet har som formål å gi en innføring i sentrale metoder innen kunstnerisk utviklingsarbeid og forskning for kommunikasjonsfagene. Emnet vil introdusere informasjonskompetanse, kilde-kritikk, og kvalitative metoder, både teoretisk og i praksis. Emnet gir innføring i kreative prosesser på et grunnleggende nivå og studentene vil lære å forankre de kreative prosessene opp mot relevante forsknings- og utviklingsmetoder. Emnets tverrfaglige kontekst skal bidra til å fremme studentenes forståelse for varierte tilnærminger til kommunikasjonsfagene og kunnskapsutviklingen i disse.
Visuelle uttrykk	7,5	Emnet gir innføring i komposisjon, persepsjon, tegneteknikker, fargelære, digitale presentasjonsverktøy og teambuilding.. Emnet introduserer de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne utvikle og skape ideer, løsninger og presentasjon.
Introduksjon til Retail Design	15	Emnet introduserer de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne få forståelse for Retail Design som et kommunikasjonsfag. Studentene skal ha grunnleggende praktisk og teoretisk forståelse for fagområdet. De skal kunne planlegge og utarbeide en tydelig visuell retail løsning på et gitt oppdrag. Emnet gir grunnleggende innføring i merkevarebygging, arkitektur- og designhistorie, trendforståelse- og analyse.
Digitale verktøy	7,5	Emnet gir innføring i digital visualisering, med vekt på bilderedigering, bilde og tekst i illustrasjon og bilde og tekst i presentasjon. Studentene får grunnleggende innføring i studiets digitale konstruksjonsverktøy, ArchiCAD, med vekt på plantegninger, snitt/oppriss, fasader, presentasjon i 3D, samt å skrive ut visualiseringer og tegninger.

Materialer og teknikker	7,5	Emnet gir innføring i teknikker, metoder og materialer innen retail design. Emnet introduserer de begrepene, praktiske ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne utvikle, skape, gjennomføre ideer og løsninger, samt presentere prosjekter. Studentene får trening og veiledning i praktisk arbeid og presentasjonsteknikker. Emnet gir grunnleggende innføring i materialbruk, metoder og teknikker som trengs for å utarbeide retailprosjekter. Arbeidet omfatter delemner som materialer og teknikker, verktøybruk, presentasjonsteknikker og materiell, skiltproduksjon og eksponeringsbelysning.
Visual Merchandising 1	15	Arbeidet med dette emnet skal gi studentene de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne planlegge og utarbeide tydelige og salgsfremmende virkemidler for produkteksponeringer, utstillinger og funksjonsrom rettet mot en definert målgruppe.

Tabell 1. Emner 1. studieår

3.3 Emner 2. studieår

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
Strategi og samfunn	7,5	Arbeidet med dette emnet skal gi studentene en innføring i å arbeide strategisk med kommunikasjon ved å bruke strategi som virkemiddel for å nå en organisasjons/bedrifts visjon og overordnede mål. Ulike metoder og modeller til strategi og research blir presentert. Emnet inneholder gruppearbeid hvor studentenes ulike erfaringer med arbeidsprosesser og arbeidsoppgaver i eget studieprogram gir grunnlag for samarbeid i tverrfaglig gruppearbeid. Emnet gir innføring i kvalitative- og kvantitative metoder der man lærer å analysere og reflektere rundt funn i innsamlet data.
Visual Merchandising 2	7,5	Arbeidet med dette emnet skal gi studentene en fordypning i emnet Visual Merchandising. Emnet fokuserer særlig på de kunnskapene som studenten må ha for å kunne planlegge og utarbeide nytenkende, relevante og salgsfremmende løsninger innenfor produkteksponering, utstilling og funksjonsrom rettet mot en gitt eller selvdefinert målgruppe.
Butikkplanlegging 1	15	Arbeidet med dette emnet skal gi studentene de begreper og ferdigheter som er nødvendige for å kunne planlegge og utarbeide relevante og tydelige løsninger for butikkplanlegging. Emnet omhandler utarbeidelse av butikkkonsepter med integrert vareeksponering (Visual merchandising).
Utstillingsteknikker	7,5	Emnet gir innføring i teknikker, metoder og materialer innen Retail design. Faget introduserer de begrepene, praktiske ferdighetene og kunnskapene som studentene må ha for å kunne utvikle, skape, gjennomføre ideer og

		løsninger, samt presentere prosjekter. Studentene får trening og veiledning i praktisk arbeid og presentasjonsteknikker. Faget gir utvidet undervisning i materialbruk, metoder, teknikker og eksponeringsbelysning som trengs for å utarbeide Retail prosjekter som messestands og utstillinger
Brand Scapes 1	7,5	Arbeidet med dette emnet skal gi studentene en introduksjon i utvidet Retail Design med fokus på merkevarekommunikasjon i en helhetlig romlig kontekst. Emnet fokuserer særlig på de kunnskapene som studenten må ha for å kunne planlegge og utarbeide nytenkende, relevante og salgsfremmende løsninger innenfor merkevarekommunikasjon i romlige løsninger. Studentene skal få forståelse for hvordan merkevarer har en overordnet rolle i kommunikasjon og i romlige løsninger. Studentene lærer å anvende faglig kunnskap og kritisk vurdere analyser av merkevare, behovs-, situasjons og produkt opp mot eget arbeid.
Produktdesign	7,5	Emnet gir en innføring i hvordan et funksjonelt produkt, møbel, eller objekt kan være en bærer for, eller et uttrykk for innholdet av en merkevare. Kandidaten må ha en grunnleggende praktisk og teoretisk forståelse for fagområdet og kunne analysere og utarbeide tydelige visuelle løsninger for en gitt oppgave med forståelse for metodikk og fremgangsmåte i arbeidet og utførelse. Emnet gir grunnleggende innføring i merkevare- og funksjonsanalyse. Emnet gir en grunnleggende kunnskap om konstruksjon og visualisering av elementet i detalj og helhet.

Tabell 2. Emner 2. studieår

3.4 Emner 3. studieår

Emner	Studiepoeng	Beskrivelse
E-handel	7,5	Emnet gir en innføring i de begrepene, ferdighetene og kunnskapene som kandidaten må ha for å kunne planlegge og utarbeide relevante og tydelige løsninger for digitale plattformer for en bedrift. Emnet tar utgangspunkt i de retninger og berøringspunkter som Retail Design beveger seg innen, og som knyttes til digitale teknologier og plattformer. Kandidaten må vite hvordan de grunnleggende teknologiene fungerer og hvilke muligheter og begrensninger som eksisterer. I løpet av studiet skal kandidaten ha tilegnet seg tilstrekkelig kunnskap og ferdigheter til å lage en plan for valg av riktig berøringspunkt samt kunne utvikle skisseløsninger for å realisere målene som er definert i planen. Kandidaten skal kjenne til lover og regler som regulerer bruk av teknologier, og være opptatt av etiske problemstillinger knyttet til digital markedsføring.

Trend Analysis and Forecasting	7,5	The themes of this course are fashion, design and social trends analysis and forecasting. By the end of the course the student should be able to understand different theories of diffusion of innovation and use them in their practical projects. The understanding of the trends will be used to develop retail strategies and solutions. The course takes a global view of markets.
Teori og metode 2	7,5	Dette emnet har som formål å hjelpe den enkelte student frem til et best mulig utgangspunkt for bacheloroppgaven. En god bakgrunn og formulering av problem, sammen med en prosjektbeskrivelse, skaper grunnlaget for en solid bacheloroppgave. Samtidig er forståelsen av ulike forskningsrelaterte prosesser, metoder, designløsninger og opplegg kritiske suksessfaktorer ved gjennomføring av en bacheloroppgave. Studentene vil i dette emnet få en innføring i forsknings- og utviklingsarbeid, samt forskningsmetoder basert på konseptuelle, empiriske og praksisbaserte tilnæringer. Emnet gir også en solid innføring i hvordan skrive en bacheloroppgave, hva som kjennetegner en god problemstilling, metoder for å utarbeide en god problemstilling så vel som kjennetegn ved og metoder for prosjektutvikling. Emnets tverrfaglige kontekst fremmer også studentenes overordnede forståelse av varierte tilnæringer til kunnskapsutvikling.

Tabell 3. Emner 3. studieår

3.5 Valgemner

For Bachelor i Retail Design er det lagt opp til at studenter tar valgemner ved 4. og 5. semester som tilsammen utgjør 22,5 studiepoeng. Oppdatert informasjon om valgmuligheter gis på Høyskolen Kristianas nettsider og gjennom læringsplattformen.

3.6 Bacheloroppgave

Bachelor er en omfattende eksamens oppgave. Kandidaten velger selv tema og retning innenfor ett eller flere av bachelorprogrammets emneområder. Gjennom bacheloroppgaven skal kandidaten anvende sin opparbeidete kompetanse innen Retail Designfaget. Oppgaven er individuell og skal være en profesjonell produksjon innen Butikkplanlegging, Brand scapes, Visual Merchandising, utstillingsdesign eller en annen retning innen Retail Design feltet. Bacheloroppgaven skal inneholde en praktisk og en teoretisk del. I denne avsluttende Bachelor oppgaven må kandidaten dokumentere både spisskompetanse, originalitet, så vel som generell bred kunnskap innen Retail Design.

Emnet avslutter et treårig utdanningsløp, og skal lede frem til det samlede læringsutbyttet som finnes i programbeskrivelsen. For å kunne lykkes i dette, bør studentene ha fullført undervisningen i semester 1 til 5 i det programmet den enkelte følger.

4. Internasjonalisering og internasjonal studentutveksling

Studiet har ordninger for internasjonalisering og internasjonal studentutveksling, i henhold til Studietilsynsforskriften av februar 2017 (§ 2-2, pkt. 7 og 8)

Ordningene for internasjonalisering er tilpasset studietilbudets nivå, omfang og egenart.

Innholdet i ordninger for internasjonal studentutveksling er faglig relevant.

4.1 Ordninger for internasjonalisering

Med internasjonalisering menes her at studietilbudet settes i en internasjonal kontekst og at studentene eksponeres for et mangfold av perspektiver.

Ordninger for internasjonalisering kan omfatte en rekke aktiviteter, slik som bruk av internasjonal litteratur, internasjonale gjesteforelesere, utenlandske studenter på innveksling eller studenters deltagelse på internasjonale fagmesser, konferanser eller workshops i utlandet.

For spesifikke ordninger for internasjonalisering, vises det til studiets emnebeskrivelser.

4.2 Ordninger for internasjonal studentutveksling

Når det gjelder ordninger for internasjonal studentutveksling har Høgskolen følgende mobilitetsprogram:

- Nordplus i Norden eller Baltikum
- ERASMUS+ i Europa

For *Bachelor i Retail design* tilrettelegges det for utveksling 5. semester.

Høgskolen Kristiania har avtaler om utvekslingsopphold for studentene og relevansen av studieoppholdet sikres av høyskolens fagmiljø.

På nåværende tidspunkt er følgende universiteter godkjente for utveksling for studenter på *Bachelor i Retail design*: Southampton Solent, UK. University of Hertfordshire, UK. Kingston, UK. NABA, Italia. Falmouth University, UK. Peter Behrens School of Arts, Dusseldorf. Det kan forekomme endringer i listen over godkjente universiteter.

Utvekslingsemner fra aktuelle partnere godkjennes av faglige studieledere, for innpass i aktuelle bachelorgrader, med omfang tilsvarende *30 studiepoeng*.

Informasjon om studiested og utvekslingsemner i utland, for det aktuelle studietilbud og kull, publiseres på høyskolens web og læringsplattform.

5. Undervisnings- og vurderingsformer

5.1 Pedagogisk plattform og gjennomføring av undervisning

Bachelor i Retail Design er et fulltidsstudium som er basert på praktisk arbeid ved skolen og for oppdragsgivere, medvirkning i gjennomganger, gruppearbeid, forelesninger og seminarer.

En betydelig del av studentenes arbeidstid benyttes til arbeid og forberedelser, individuelt og i grupper. Studentene jobber i grupper med ulike typer prosjekter innen retail design der øvelse i forskjellige typer oppdrag og arbeidsoppgaver for retaildesignere er i fokus. Studentene presenterer sine arbeider individuelt og i grupper for medstudenter og, der det er relevant, for eksternt publikum og /eller eksterne oppdragsgivere. Det forventes at studentene deltar aktivt i undervisningen og i gruppearbeidet. Det legges opp til tverrfaglige prosjekter.

De ovennevnte arbeids- og undervisningsformene sikrer studenter som innehar kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse i tråd med det som er forventet av utøvende og skrivende publiseringorienterte kommunikatorer som har oppdragskommunikasjon sentralt.

Utstyr som er påkrevd i Bachelor i Retail Design er en egen MacBook med Adobeprogrammene InDesign, Illustrator og Photoshop.

I en rekke av emnene ved Bachelor i Retail Design undervises det helt eller delvis på engelsk. En stor grad av pensumlitteraturen er også på engelsk.

5.2 Eksamens- og vurderingsformer

Gjennom studiet benyttes flere ulike eksamens- og vurderingsformer. Vurderingsformene er tilpasset læringsutbyttet i det enkelte emnet, samtidig som det etterstrebes en hensiktsmessig fordeling av ulike eksamensformer igjennom hvert semester i studiet. Vurderingsformene skal gjenspeile ønsket om å ansvarliggjøre studenten. Det legges derfor opp til flere mulige vurderingsformer som tilpasses emnets egenart og gir studentene ulike former for utfordringer både individuelt og i grupper.

Enkelte emner kan innebære obligatoriske arbeidskrav. Arbeidskrav er krav studenten må oppfylle for å få gå opp til eksamen. Retten til å gå opp til eksamen forutsetter godkjente arbeidskrav. Omfang og plan for arbeidskrav angis i emnebeskrivelsene. (Vurderingsuttrykket for arbeidskrav er godkjent/ikke godkjent)

For utfyllende informasjon angående eksamen, se Høgskolen Kristianas hjemmesider.