



Kursplan för:

Företagsekonomi GR (C), Business Research, 7,5 hp

Business Administration BA (C), Business Research, 7,5 Credits

Allmänna data om kursen

Kurskod	FÖ112G
Ämne/huvudområde	Företagsekonomi
Nivå	Grundnivå
Progression	(C)
Inriktning (namn)	Business Research
Högskolepoäng	7.5
Fördjupning vs. Examen	G1F , Kursen ligger på grundnivå och fordrar mindre än 60 hp kurs(er) på grundnivå som förkunskapskrav.
Utbildningsområde	Samhällsvetenskap 100%
Ansvarig avdelning	Avdelningen för ekonomivetenskap och juridik
Inrättad	
Fastställd	2014-03-14
Senast reviderad	
Giltig fr.o.m	2014-08-25

Syfte

Kursen syftar till att ge studenterna kunskaper i att designa och bedriva kvalificerade vetenskapliga undersökningar.

Lärandemål

Efter avklarad kurs ska studenten kunna:

- Redogöra för centrala begrepp inom kvalitativa och kvantitativa metoder
- Identifiera, precisera och avgränsa marknadsföringsproblem
- Utvärdera olika metoder och argumentera dess lämplighet utifrån det aktuella marknadsföringsproblemet
- Genomföra intervjubaserade kvalitativa undersökningar
- Genomföra enkät- och observationsbaserade kvantitativa undersökningar
- Analysera och dra slutsatser utifrån kvalitativ och kvantitativ data
- Genomföra en undersökning, sammanställa, författa och presentera ett beslutsunderlag

Innehåll

I kursen ges grundläggande kunskaper i att bedriva marknadsundersökningar och forskningsprojekt. Studenterna kommer att utveckla sin förmåga att planera, genomföra och presentera marknadsundersökningar i syfte att ta fram strategiska beslutsunderlag. Inom kursen varvas kvalitativa undersökningsmetoder för djupare förståelse med kvantitativa undersökningsmetoder för mer generella resultat. Under kursen tränas studenterna i vetenskaplig metod, strategisk tänkande samt i skriftlig och muntlig presentationsteknik.

Inom kursen avhandlas grundläggande och centrala begrepp inom marknadsundersökningsområdet. Studenterna tränas i att genomföra och presentera

kvalitativa och kvantitativa undersökningar. Detta innebär att kursen innehåller:

- Identifiering av undersökningsproblem
- Utveckling av undersökningsdesign
- Användning av interna och externa sekundära data
- Kvalitativa undersökningar
- Kvantitativa undersökningar och observationstekniker
- Rapportförfattande och presentation
- Internationella marknadsundersökningar

Behörighet

Företagsekonomi GR (A/B), minst 52,5 hp varav minst 22,5 hp avklarade från Företagsekonomi GR (B)

Urvalsregler

Urval sker i enlighet med Högskoleförordningen och den lokala antagningsordningen.

Undervisning

Föreläsningar, seminarier och handledning.

Examination

Skriftliga prov och egenhändigt författat PM

Betygsskala

På kursen ges något av betygen A, B, C, D, E, Fx och F. A - E är Godkänt, Fx och F är underkänt.

Litteratur

Obligatorisk litteratur

Författare/red: Bryman, A. & Bell, E.

Titel: Business Research Methods

Upplaga: 2011 eller senaste upplagan

Förlag: Oxford University Press

Kommentar: ISBN 9780199583409

Författare/red: Malhotra, N.K., Birks, D.F. & Wills, P.A.

Titel: Essentials of Marketing Research

Upplaga: 2013 eller senaste upplagan

Förlag: Pearson

Kommentar: ISBN 9780273724339