

 HÖGSKOLAN PÅ ÅLAND	KURSBESKRIVNING	
Uppgjord av: Peter Björk, ÅA-kurs	Godkänd av: Ledningsgruppen	
Granskad av: Christer Kullman, Jeanette Höstman		
Godkänd datum:	Version: 2/14.9.2011	

Utbildningsprogram

Företagsekonomi

Inriktning

Studiehelhet

Yrkesstudier

Ämnesområde

Marknadsföring

Kursnamn

Marknadsföringens undersökningsmetodik

Kurskod

B110502

Kursnamn på engelska

Marketing Research Methodology

Studiepoäng

8 sp

Lärandemål

Den studerande skall efter avslutad kurs:

- självständigt kunna hantera och lösa marknadsföringsrelaterade undersökningsproblem.

Kursens målsättning är att öva upp den studerandes förmåga att inför en undersökningsuppdrag kunna välja lämplig undersökningsmetod, samla in såväl kvantitativt som kvalitativt datamaterial, bearbeta och sammanställa materialet samt tolka resultaten.

Innehåll

På kursen behandlas de underliggande synsätten som de olika undersökningsmetoderna bygger på. De vanligaste kvantitativa och kvalitativa datainsamlingsmetoderna presenteras och metoder för att sammanfatta och framställa datamaterial behandlas.

Arbetsformer

Föreläsningar, case- och grupparbeten.

Omfattning och närvaroskyldighet

Max gruppstorlek

Kurslitteratur och studiematerial

Christensen, L., Engdahl, N., Gräås, C. & Haglund, L. (2001). *Marknadsundersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Edling, C. & Hedström, P. (2003). *Kvantitativa metoder. Grundläggande analysmetoder för samhälls- och beteendevetare*. Lund: Studentlitteratur.

**Uppgjord av:** Peter Björk, ÅA-kurs**Godkänd av:** Ledningsgruppen**Granskad av:** Christer Kullman, Jeanette Höstman**Godkänd datum:****Version:** 2/14.9.2011

Svensson, P.-G. & Starring, B. (red.) (1996). *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Artiklar och dylikt enligt examinatorns anvisningar max 50 sidor.

Undervisningsmaterial (högskolan tillhandahåller)

Examination

Tentamen och övningsdel.

Vitsordsskala

Kursen följer fordringarna vid Svenska handelshögskolan.

Dokumentering

Kursvitsord noteras i studiekort.

Förkunskapskrav

Övrigt

Kursen riktar sig till personer som har ett intresse för metodfrågor och som är i behov av att genomföra och förstå marknadsundersökningar.