

KURSBESKRIVELSE FOR INNFORING I MARKEDSANALYSE

1. Studium:	BA Reiseliv og Relasjonsledelse BA Hotell og Relasjonsledelse
2. Kurs:	Innføring i markedsanalyse
3. Semester:	1
4. Studiepoeng:	10
5. Kursansvarlig:	Høyskolelektor Sander Sværi
6. Antall timer undervisning:	Foreleser plikter å ha 50 timer kontakt med studentene i auditoriet/klasserommet.
7. Nødvendige forkunnskaper:	Ingen
8. Fagbeskrivelse:	<p>Hovedfokuset i kurset er hvordan man skal gjennomføre undersøkelser eksternt og internt i en bedrift. De enkelte trinn i forskningsprosessen gjennomgås. Fra problemstilling til bruk av tilgjengelig litteratur, videre til valg av metode for datainnsamling, gjennomføring av datainnsamling, analyse og rapportering. Kurset legger vekt på betydningen av teoribruk, og informasjonskompetanse.</p> <p>Informasjonskompetanse er erkjennelsen at du har et informasjonsbehov, evnen til å vite når og hva slags informasjon som trengs, og kunnskapen om hvordan du finner, evaluerer og bruker informasjon av alle slag på en effektiv måte. Informasjonskompetanse fokuserer på behovet for kunnskap om innhenting av informasjon i forbindelse med forskning og markedsundersøkelser.</p>
9. Mål:	<p>Studenten skal kunne gjennomføre primærundersøkelser på egen hånd. Dette medfører at man mestrer de enkelte trinn i forskningsprosessen og klarer å bygge opp en konsistent undersøkelse med veloverveide metodiske valg. Studenten skal ha et bevisst og kritisk forhold til informasjon og være i stand til å finne, evaluere og benytte</p>

	<p>informasjon på en hensiktsmessig måte.</p> <p>Etter studiet skal studentene ha de nødvendige kunnskaper i innhenting, evaluering av bruk av informasjon i akademiske arbeider.</p> <p>Videre skal studenten være i stand til å samle inn og analysere et kvalitativt eller kvantitativt datamateriale, og velge analysemetoder som passer til de innsamlingsmetoder som er brukt under gjennomføringen.</p>
<p>10. Emneoversikt:</p>	<p>Hva er forskningsmetode? Forskning og etikk Fremgangsmåten for undersøkelser Rapportskriving Problemstilling, forskningsspørsmål, Hypoteser og kausalmodell Teoriens betydning for undersøkelser: Informasjonskompetanse Trykte kilder – bøker og tidsskrifter Evaluering av trykte kilder Digitale kilder Internet Søkemotorer og hva kjennetegner disse Navigering på Internet Søketeknikker 2.3 Evaluering av digitale kilder</p> <p>Kildebruk Siteringsteknikk Copyright Kvalitativ metode Kvalitative utvalgsprosedyrer Kvalitative undersøkelser Observasjon Intervju Fokusgrupper Kvalitative analyser</p>

	<p>Kvantitativ metode</p> <p>Kvantitative utvalgsprosedyrer</p> <p>Kvantitative undersøkelser</p> <p>Spørreskjema</p> <p>Observasjon og panel</p> <p>Kvantitative analyser</p>
11. Gjennomføring:	<p>Foreleser har 50 timer studentkontakt. Med studentkontakt menes forelesninger i klasser og veiledning enkeltvis og i grupper. I de 50 timene ligger det også diskusjoner og aktiv bruk av cases/oppgaver både i individuelt og gruppeøymed. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider</p>
12. Evaluering (undervis- og sluttevalueringer):	<p>1 underviseevaluering i gruppe på 2-3 som vektes til 40%</p> <p>1 individuell sluttevaluering som vektes til 60%</p>
13. Obligatorisk litteratur med antall sider og pris per bok/hefte:	<p>Johannessen, Tuft, og Kristoffersen (2004):</p> <p>Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag, Abstrakt forlag (430s) kr 349,-</p>
14. Anbefalt litteratur:	<p>Bertnes, Pål A. (2005) Faglig informasjon på internett – kvalitet og kildekritikk . Abstrakt (159s) kr 298,-</p> <p>VIKO - veien til informasjonskompetanse</p> <p>http://www.ub.ntnu.no/viko/start.php (gratis)</p>