



**EMNEBESKRIVELSE**  
**MEO2100 Metode II: Markedsundersøkelser**  
Fellesemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling (BAK2) Bachelor i Markedsføring (BAM2) Bachelor i Reiseliv (BAR2)
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Marit Anti <sup>1</sup>
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<b>Kunnskap</b> Studentene skal etter endt emne ha de nødvendige kunnskaper om innhenting, evaluering og bruk av empiri i akademiske arbeider. Studentene skal videre kjenne til de ulike forskningsdesign som kan benyttes ved empiriske arbeid, og hvilke betydning disse har for datainnsamling og analyse. <b>Ferdigheter</b> Studentene skal etter endt emne kunne gjennomføre en markedsundersøkelse 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. Studentene skal få et bevisst og kritisk forhold til metode i andre empiribaserte arbeid, som forskningsartikler, monografier og markedsundersøkelser. <b>Generell kompetanse</b> Studentene skal etter endt emne være i stand til å samle inn og analysere et kvalitativt eller kvantitativt datamateriale, og velge

<sup>1</sup> Overtar etter Sander Svære 06.10.11

	analysemetoder som passer til de innsamlingsmetoder som er brukt under gjennomføringen. Studentene skal etter gjennomført emne være i stand til å skrive en empiribasert rapport i henhold til Markedshøyskolens skrivetekniske prinsipper.
7. Innhold	<p>Emnet gir en innføring i hvordan man skal gjennomføre markedsundersøkelser. De enkelte trinn i forskningsprosessen gjennomgås. Fra problemstilling til bruk av tilgjengelig litteratur, videre til valg av forskningsdesign, metode for datainnsamling, gjennomføring av datainnsamling, analyse og rapportering. Emnet gir en praktisk innføring i regler skrijving av empiribaserte oppgaver</p> <p><b>1. Hva er forskningsmetode?</b></p> <p>1.1 Forskning og etikk 1.2 Fremgangsmåten for undersøkelser 1.3 Rapportskrijving 1.4 Problemstilling, forskningsspørsmål, 1.5 Hypoteser og kausalmodell</p> <p><b>2. Kvantitativ metode</b></p> <p>2.1 Kvantitative utvalgsprosedyrer 2.2 Kvantitative undersøkelser 2.3 Kvantitative analyser</p> <p><b>3. Kvalitativ metode</b></p> <p>3.1 Kvalitative utvalgsprosedyrer 3.2 Kvalitative undersøkelser 3.3 Kvalitative analyser</p>
8. Gjennomføring	Forelesninger, diskusjoner og bruk av cases/oppgaver både i individuelt og grupper. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter og presentasjoner av egne arbeider.
9. Vurdering	Individuell, skriftlig hjemmeeksamen i form av mappevurdering på opp til 12 uker som går parallelt med undervisningen i emnet, og som utgjør 100 % av karakteren i emnet.
10. Pensumlitteratur	Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Kristoffersen. 2010. <i>Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode</i> . Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279352983. Sider: 436.

	Pris: 447, -
11. Anbefalt litteratur	<i>Introduksjonsfilmer til SPSS:</i> <a href="http://www.mh.no/no/Biblioteket/Oppgaveskriving/Nettverktøy-for-skriving-og-forskning-/Informasjonsfilmer-om-SPSS/">http://www.mh.no/no/Biblioteket/Oppgaveskriving/Nettverktøy-for-skriving-og-forskning-/Informasjonsfilmer-om-SPSS/</a> (lesedato: 28. mars 2011) Gratis nettressurs  <i>Støttedokument for SPSS av Hans Mathias Tjømmøe.</i> Gjøres tilgjengelig på nett.