



EMNEBESKRIVELSE

KMV3301 Kvalitativ markedsanalyse

1. Grad	Bachelor i Markedsføring og internasjonalisering Bachelor i Markedsføring og salgsledelse Bachelor i Reklame og merkebygging
2. Studieår/semester	3. studieår/5. semester
3. Studiepoeng	5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Line Christoffersen
5. Antall timer	25
6. Anbefalte forkunnskaper	Generell studiekompetanse og gjennomført innføringskurs i markedsanalyse.
7. Mål	Studenten skal etter endt emne være i stand til å planlegge, gjennomføre, analysere og skrive rapport basert på egne undersøkelser. Emnet skal gi studenten innsikt i ulike kvalitative fremgangsmåter og hvordan disse kan benyttes i praksis. Studenten skal få en forståelse av fordeler og ulemper ved kvalitative metoder og i hvilke sammenhenger kvalitative design er et egnet verktøy.
8. Innhold	Kvalitativ metode gir en utdypning i de sentrale metodiske utfordringene knyttet til forskningsprosessen. Faget konsentrerer seg om kvalitative metoder og viser hvordan undersøkelsens forskningsspørsmål og formål styrer valg av forskningsdesign, datainnsamling (dybdeintervju, gruppeintervju og observasjon), analyse, tolkning og rapportering. Kursets kvalitative tilnærming komplimenterer 2. års kvantitative fokus. <u>Det fokuseres på:</u> - Forskningsprosessen i kvalitative undersøkelser - Designe kvalitativ forskning: - Casestudier

	<ul style="list-style-type: none"> - Etnografiske studier og bruk av observasjon - Aksjonsforskning - Datainnsamlingsteknikker - Analysemetoder - Kvalitetssikring av kvalitative analyser - Etiske refleksjoner - Rapportering og artikkelskriving - Research proposals
9. Gjennomføring	Emnet gjennomføres med forelesninger og selvstendig arbeid.
10. Vurdering	Individuell 3-timers skriftlig eksamen som teller 100 % av total karakteren. Individuell eksamen baseres på forberedende case.
11. Pensumlitteratur	<p>Berg, Bruce L. 2009. <i>Qualitative research methods for the social sciences</i>. 7. utg. Boston: Allyn & Bacon. ISBN: 9780205668106. Sider: 432. Pris: 649. Kap. 1-7, 10 og 12 (309 sider).</p> <p>Kvale, Steinar og Svend Brinkmann. 2009. <i>Det kvalitative forskningsintervju</i>. 2. utg. Oslo: Gyldendal akademisk. ISBN: 9788205385290. Sider: 344. Pris: 428. Kap. 1-16 (260 sider).</p> <p>Svensson, Göran. 2010. Prosess og struktur. I Døving og Svensson (red.) <i>Leksjoner i markedsvitenskap</i>, 27-46 (19 sider). Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279352969. Pris: 425.</p>
12. Anbefalt litteratur	Rienecker, Lotte, Peter Stray Jørgensen, Lis Hedelund, Signe Hegelund og Christian Kock. 2006. <i>Den gode oppgaven: Håndbok i oppgaveskriving på universitet og høyskole</i> . Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 9788245004526.