

EMNEBESKRIVELSE

MAU1100 Markedsundersøkelser I

1. Studium/studier	Bachelor i Markedsføring og internasjonalisering (BMI1) Bachelor i Markedsføring og salgsledelse (BMS1) Bachelor i Reklame og merkebygging (BRM1)
2. Studieår/semester	1. studieår – 2. semester (gjelder BMI1, BMS1 og BRM1)
3. Studiepoeng	10
4. Kursansvarlig	Høyskolelektor Sander Josephson Sværi
5. Antall timer	50 timer
6. Forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Mål	<p>Studenten skal 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. Studenten skal ha et bevisst og kritisk forhold til informasjon og være i stand til å finne, evaluere og benytte 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. 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>Studenten skal etter gjennomført kurs være i stand til å skrive en rapport i henhold til Markedshøyskolens skrive tekniske prinsipper.</p>
8. Innhold	Emnet gir en innføring i hvordan man skal gjennomføre markedsundersøkelser. De enkelte trinn i forskningsprosessen gjennomgås. Fra problemstilling til bruk av tilgjengelig litteratur,

	<p>videre til valg av forskningsdesign, metode for datainnsamling, gjennomføring av datainnsamling, analyse og rapportering. Emnet gir en praktisk innføring i regler for rapportskriving, herunder innhold, struktur og regler for kildebruk.</p> <p>1. Hva er forskningsmetode?</p> <ul style="list-style-type: none">1.1. Forskning og etikk1.2. Fremgangsmåten for undersøkelser1.3. Rapportskriving1.4. Problemstilling, forskningsspørsmål,1.5. Hypoteser og kausalmodell <p>2. Teoriens betydning for undersøkelser:</p> <p>Informasjonskompetanse</p> <ul style="list-style-type: none">2.1 Trykte kilder – bøker og tidsskrifter2.2 Digitale kilder2.3 Evaluering av digitale kilder <p>3. Kildebruk</p> <ul style="list-style-type: none">3.1 Siteringsteknikk3.2 Copyright <p>4. Kvalitativ metode</p> <ul style="list-style-type: none">4.1. Kvalitative utvalgsprosedyrer4.2. Kvalitative undersøkelser4.3. Kvalitative analyser <p>5. Kvantitativ metode</p> <ul style="list-style-type: none">5.1. Kvantitative utvalgsprosedyrer5.2. Kvantitative undersøkelser5.3. Kvantitative analyser
9. 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.
10. Evaluering	Deleksamen, ca. 10 ukers skriftlig gruppeoppgave og muntlig presentasjon, som til sammen teller 40 % av karakteren i kurset. Slutteksamen, 3 timers individuell skriftlig besvarelse, som teller 60 % av karakteren i kurset.

11. Pensumlitteratur	Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte, og Line Kristoffersen. 2005. <i>Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag</i> . 2. utg. Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 978-82-7935-211-2. (430 sider) Pris: 349, -
12. Anbefalt litteratur	<i>Søk og skriv</i> . http://www.sokogskriv.no/index.html [Lesedato: 15.03. 2009]. [Gratis nettressurs]