



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

1. Grad	Bachelor i Hotelledelse (BAH2) Bachelor i HR og personalledelse (BAP2) Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling (BAK2) Bachelor i Markedsføring (BAM2) Bachelor i Markedsføring og salgsledelse (BAS2) Bachelor i Reiseliv (BAR2)
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Marit Anti
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

	<p>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.</p>
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	<p>Forelesninger, diskusjoner og bruk av cases/oppgaver både i individuelt og grupper. Studentene må også påregne ulike former for gruppeprosjekter.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Det planlegges å ta inn gjesteforeleser som presenterer et reelt case som studentene skal løse i løpet av emnet.</p>
10. Vurdering	<p>Hjemmeeksamen i gruppe på inntil tre studenter over 12 uker, som teller 40 % av karakteren i emnet.</p> <p>Individuell 3 timers skriftlig eksamen som teller 60 % av</p>

	karakteren i emnet. Hjelpemidler ikke tillatt.
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Kristoffersen. 2010. <i>Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode</i> . Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279352983. Sider: 436. Pris: 447,-
12. Anbefalt litteratur	<i>Introduksjonsfilmer til SPSS:</i> <a href="http://www.mh.no/no/Biblioteket/Oppgaveskriving/Nettverktoy-for-skriving-og-forskning-/Informasjonsfilmer-om-SPSS/">http://www.mh.no/no/Biblioteket/Oppgaveskriving/Nettverktoy-for-skriving-og-forskning-/Informasjonsfilmer-om-SPSS/</a> (lesedato: 2. mars 2012) Gratis nettressurs.  Christophersen, Knut-Andreas. 2009. <i>Databehandling og statistisk analyse med SPSS</i> . 4. utg. [Oslo]: Unipub. ISBN: 9788274773950.

---

<sup>1</sup> Med forbehold om prisendringer.