

EMNEBESKRIVELSE
MEO2101 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 PR og samfunnspåvirkning (BPS2) Bachelor i Reiseliv (BAR2)
2. Semester	3.semester
3. Antall studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Marit Anti
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap 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.</p> <p>Ferdigheter 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.</p> <p>Generell kompetanse Studentene skal etter endt emne 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. Studentene skal etter gjennomført emne være i stand til å skrive en empiribasert rapport i henhold til Markedshøyskolens skrivetekniske prinsipper.</p>
7. Innhold	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.

	<p>Emnet gir en praktisk innføring i regler skrijving av empiribaserte oppgaver</p> <p>1. Hva er forskningsmetode?</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>2. Kvantitativ metode</p> <p>2.1 Kvantitative utvalgsprosedyrer 2.2 Kvantitative undersøkelser 2.3 Kvantitative analyser</p> <p>3. Kvalitativ metode</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.
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	Det planlegges å ta inn gjesteforeleser som presenterer et reelt case som studentene skal løse i løpet av emnet.
10. Vurdering	Hjemmeeksamen i gruppe på inntil tre studenter over 7 uker, som teller 40 % av karakteren i emnet. Individuell 3 timers skriftlig eksamen som teller 60 % av karakteren i emnet. Det tillates å ha med kalkulator
11. Pensumlitteratur ¹	Ringdal, Kristen. 2012. <i>Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode</i> , 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget. ISBN: 9788245013283. 531 sider. Pris: 559,-
12. Anbefalt litteratur	Christophersen, Knut-Andreas. 2009. <i>Databehandling og statistisk analyse med SPSS</i> . 4. utg. Oslo: Unipub. Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Kristoffersen. 2010. <i>Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode</i> . Oslo: Abstrakt forlag. ISBN: 9788279352983

¹ Med forbehold om prisendringer.