



**EMNEBESKRIVELSE**  
**MEO3100 Markedsanalyse – Kvalitativ metode**  
**Fellesemne**

1. Grader	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling Bachelor i Markedsføring Bachelor i Reiseliv
2. Semester	6. semester (vår 2013)
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Bente Heimtun
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b></p> <p>Studenten skal etter endt emne ha innsikt i ulike kvalitative fremgangsmåter og analyser, og hvordan disse kan benyttes og kvalitetssikres i praksis. Studenten skal få en forståelse av fordeler og ulemper ved kvalitative metoder, og i hvilke sammenhenger ulike kvalitative forskningsdesign er best egnet. Studenten skal gjennom emnet utvikle en evne til å se fordeler og ulemper ved ulike metoder samt hvordan problemstilling, teoriforankring, datainnsamlingsmetode og analyseteknikker påvirker undersøkelsens gyldighet.</p> <p><b>Ferdigheter</b></p> <p>Studenten skal etter endt emne være i stand til å velge tilnæringsmåte, planlegge, gjennomføre, analysere, tolke og skrive en akademisk oppgave (herunder bacheloroppgaven) basert på egne undersøkelser. Studentene skal etter endt kurs kunne beherske egnede analyseverktøy, kunne gjennomføre analyser og ha tilstrekkelig kunnskap til å forstå betydningen av funn.</p> <p><b>Generell kompetanse</b></p> <p>Studenten skal etter endt emne være kritisk til eget og andres forskning og markedsundersøkelser. Studenten skal gjennom emnet bli mer oppmerksom på å benytte riktig fremgangsmåte ved innsamling og analyse av empiri. Videre skal emnet gjøre studenten mer aktpågivende ved bruk av kilder, både i form av kildekritikk og ved henvisning til kilder i akademiske arbeid.</p>
7. Innhold	<p><b>Fellesdel</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Hvorfor metode</li><li>- Ethiske og praktiske avveininger</li><li>- Metoddebatten</li><li>- Problemstilling</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forskningsdesign</li> <li>- Hva slags data skal vi samle inn?</li> <li>- Tolkning og konklusjon</li> <li>- Rapportering</li> <li>- Hvordan skrive en akademisk oppgave (bacheloroppgaven)</li> </ul> <p><b>Kvalitativ del</b> Kvalitative undersøkelser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Design og gjennomføring</li> <li>- Forskningsstrategier <ul style="list-style-type: none"> <li>- Feltforskning</li> <li>- Aksjonsforskning</li> <li>- Casestudie</li> <li>- Empiribasert teori</li> <li>- Innholdsanalyse</li> </ul> </li> <li>- Datainnsamling: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuelle intervju</li> <li>- Fokusgruppeintervju</li> <li>- Observasjon</li> <li>- Dagbøker</li> </ul> </li> <li>- Analyse</li> <li>- Evaluering av kvalitative analyser</li> <li>- Ethiske refleksjoner</li> </ul>
8. Gjennomføring	<p>Emnet har 15 timer fellesdel mellom kvantitativ og kvalitativ metode og 21 timer hvor studentene velger kvalitativ metode. 9-12 timer av fellesdelen gjennomføres i starten av semesteret og 3-6 timer gjennomføres mot slutten av semesteret. Den kvalitative delen på 21 timer gjennomføres i perioden mellom.</p>
9. Samfunns-/ næringslivkontakt	<p>Emnet går parallelt med bacheloroppgave og er knyttet opp mot denne.</p>
10. Vurdering	<p>Avsluttende individuell skriftlig 3 timers eksamen teller 100 % av karakteren. Eksamen vil bestå av en fellesdel og en del der kandidaten testes i kvalitativ metode. Fellesdelen teller 40 % av karakteren og den kvalitative delen teller 60 %. Begge deler må minst være vurdert til karakteren E for at kandidaten skal få ståkarakter. Det gis én samlet karakter. Hjelpemiddel: Kalkulator, uten minne/uten lagringsfunksjon.</p>
11. Pensumlitteratur <sup>1</sup>	<p><b>Fellesdel (ca. 250 sider totalt – ikke alt i boken er pensum):</b> Jacobsen, Dag Ingvar. 2005. <i>Hvordan gjennomføre undersøkelser. Innføring i samfunnsvitenskapelig metode</i> 2. utgave. Kristiansand: Høyskoleforlaget. 9788276346633. Sideantall: 400. Pris ca. NOK 509;-</p> <p><b>Kvalitativ del (ca. 500 sider totalt – ikke alt i bøkene er</b></p>

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

	<p><b>pensum):</b> Berg, Bruce. L. og Howard Lune. 2011. <i>Qualitative Research Methods for the Social Sciences</i> .8 utgave. Boston: Pearson. ISBN: 9780205809387. Sideantall: 448. Pris: ca. NOK 627,-</p> <p>Askheim, O. G. og T. Grenness. 2008. Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag. Oslo: Universitetsforlaget. ISBN: 9788215010007. Sideantall: 189. Pris ca. NOK 299,-.</p> <p>Alle forelesninger og utdelt materiell er å anse som pensum.</p>
12. Anbefalt litteratur	