



EMNEBESKRIVELSE
MEO3200 Markedsanalyse - Kvantitativ metode
Fellesemne

1. Grader	Bachelor i Hotelledelse Bachelor i HR og personalledelse Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling Bachelor i Markedsføring Bachelor i Markedsføring og salgsledelse Bachelor i Reiseliv
2. Semester	6. semester
3. Studiepoeng	7,5 stp.
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Birger Opstad
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Studenten skal etter endt emne ha innsikt i ulike kvantitative fremgangsmåter og analyser, og hvordan disse kan benyttes og kvalitetssikres i praksis. Studenten skal få en forståelse av fordeler og ulemper ved kvantitative metoder, og i hvilke sammenhenger ulike kvantitative 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>Ferdigheter 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 som SPSS, kunne gjennomføre analyser og ha tilstrekkelig kunnskap til å forstå betydningen av funn.</p> <p>Generell kompetanse 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>Fellesdel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvorfor metode - Etske og praktiske avveininger - Metoddebatten - Problemstilling - Forskningsdesign - Hva slags data skal vi samle inn? - Tolkning og konklusjon - Rapportering - Hvordan skrive en akademisk oppgave (bacheloroppgaven) <p>Kvantitativ del</p> <p>Kvantitative undersøkelser:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begreper og variabler - Hypoteser - Kausalmodell - Kvantitative design (tverrsnitt/survey og eksperiment) - Kvantitative designs styrker og svakheter - Konstruksjon av spørreskjema - Måling av variabler - Målemodeller (Formative/refleksive) - Skalanivåer - Validitet - Reliabilitet - Rapportering <p>Kvantitativ dataanalyse i SPSS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Validering av data - Enkle analyseteknikker - Beskrivende statistikk - Krysstabeller - Korrelasjonsanalyse - Forutsetninger for multivariate analyseteknikker - Regresjonsanalyse - Variansanalyse (ANOVA/MANOVA) - Kontrollvariabler - Interaksjons-/moderatoreffekt
8. Gjennomføring	<p>Emnet har 12-15 timer fellesdel mellom kvantitativ og kvalitativ metode og 21-24 timer hvor studentene velger kvantitativ metode.</p> <p>6-12 timer av fellesdelen gjennomføres i starten av semesteret og 3-6 timer gjennomføres mot slutten av semesteret. Den kvantitative delen på 21-24 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>Skriftlig individuell tre (3) timers avsluttende eksamen. Den teller 100 % av helhetlig vurdering. Kalkulator, uten minne/uten lagringsfunksjon.</p> <p>Eksamen vil bestå av en fellesdel og en del der kandidaten testes i kvantitativ metode. Fellesdelen teller 30 % av karakteren og den kvantitative delen teller 70 %. Begge deler må minst være vurdert til karakteren E for at kandidaten skal få ståkarakter. Det gis én samlet karakter.</p>
11. Pensumlitteratur ¹	<p>Fellesdel (ca. 250 sider totalt – ikke alt i boken er pensum): Jacobsen, Dag Ingvar.2005. <i>Hvordan gjennomføre undersøkelser. Innføring i samfunnsvitenskapelig metode</i> 2. utgave. Kristiansand: Høyskoleforlaget. ISBN:9788276346633. Sideantall: 400. Pris ca. NOK 529,-</p> <p>Kvantitativ del (ca. 500 sider totalt – ikke alt i bøkene er pensum): Pallant, Julie .2013. <i>SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using SPSS</i>. 5. Utg. Maidenhead: McGraw-Hill Open University Press. ISBN: 9780335262588 s. Pris ca. NOK 399,-</p> <p>Finnes også som netressurs: http://www.allenandunwin.com/spss/</p> <p>Subash, Sharma, Durand, Richard M. & Oded Gur-Arie.1981. "Identification and analysis of moderator variables". <i>Journal of Marketing Research</i>.18(3):291-300. [Fritt tilgjengelig via CK- bibliotekets databaser på: http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=5012763&site=eds-live] (Lesedato: 10. september 2013)</p> <p>Kompendium: Hellevik, Ottar.2002. <i>Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap</i>, Oslo: Universitetsforlaget, side 183-193</p> <p>Reve, Torgeir.1985. "Validitet i økonomisk administrative forskning." I <i>Metoder og perspektiver i økonomisk/administrativ forskning</i>. Oslo: Universitetsforlaget</p> <p>Davis, Joel J. 1997. "Experimentation". I <i>Advertising Research. Theory and Practice</i>. Upple Saddle River, N.J: Prentice Hall. Side 137-165.</p>

¹ Med forbehold om prisendringer.

Vedtatt i UUV-sak 171/12
Gjelder fra studieåret 2012-13
Oppdatert i UUV-sak 115/13, og 13.11.13

	Alle forelesninger og utdelt/publisert materiell er å anse som pensum.
12. Anbefalt litteratur	Informasjonsfilmer om SPSS av Førsteamanuensis Sander Sværi: http://biblioteket.c-k.no/912/spss/ (Lesedato 10.09.2013)