



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1FE730 Företagsekonomi II - Consumers and Shopping in the Experience Economy, metod och uppsats, 15 högskolepoäng

1FE730 Business Administration II - Consumers and Shopping in the Experience Economy, Method and Thesis, 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2010-03-11

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Företagsekonomi 1-30 hp eller minst 15 hp organisation och marknadsföring, samt minst 7,5 hp på nivå II.

Mål

DELKURS 1 Consumers and Shopping in the Experience Economy, 7,5 hp

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- förstå och förklara konsumenters köpbeslutsprocess
- förstå och förklara de psykologiska processer som påverkar konsumenter
- beskriva och reflektera över olika aspekter på shopping i ett upplevelsebaserat samhälle
- förstå och förklara hur kunskap om konsumenter påverkar marknadsstrategi
- tillämpa teori om konsumentbeteende för att lösa praktikfall och problem inom konsumentmarknadsföring.

DELKURS 2 Företagsekonomisk metod och uppsats, 7,5 hp

Efter fullföljd kurs skall studenten kunna:

- känna till hur olika vetenskapliga begrepp, modeller och tekniker kan användas inom det företagsekonomiska området
- använda sig av företagsekonomiska teoribildningar och synsätt för att kunna analysera och lösa aktuella företagsekonomiska problem och frågeställningar
- förstå och tillämpa kvantitativ och kvalitativ metod när det gäller insamling och analys av data i form av intervju-, enkät och observationstekniker, utnyttjande av offentlig statistik och annat datamaterial
- visa praktiska färdigheter i att planera och genomföra en studie eller en undersökning.

Innehåll

DELKURS 1 Consumers and Shopping in the Experience Economy, 7,5 hp

- Det upplevelsebaserade samhällets betydelse för konsumentbeteende och shopping
- Konsumentperception och motivation
- Konsumenter som beslutsfattare
- Shoppingbeteende
- Referensgrupper och opinionsledare
- Kultur och livsstil
- Konsumentbeteende från ett genusperspektiv

DELKURS 2 Företagsekonomisk metod och uppsats, 7,5 hp

Kursen består av föreläsningar, seminarier och handledarmöten. Kursen innehåller en genomgång av de vanligaste begreppen, metoderna och teknikerna i en forskningsprocess med betoning på dess praktiska användbarhet.

Innehållet i kursen är koncentrerat till följande områden:

- A. Vetenskapsteori, synsätt och perspektiv
- B. Forskningsprocessen och forskningsmetodik
- C. Forskningsmetoder, datainsamling och analystekniker
- D. Att genomföra och avsluta ett forskningsprojekt

Undervisningsformer

DELKURS 1 Consumers and Shopping in the Experience Economy, 7,5 hp

Kursen består av föreläsningar, praktikfall, seminarier och en fältstudie. Aktivt deltagande krävs vid seminarier där uppgifter behandlas och presenteras. Deltagande i uppgifter och seminarier är obligatoriskt, liksom förberedelse för dessa.

DELKURS 2 Företagsekonomisk metod och uppsats, 7,5 hp

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och handledarmöten. Deltagandet i och förberedelser inför vissa, i kursinformation angivna, seminarier är obligatoriskt.

Delkurs 1 ges på engelska och delkurs 2 ges på svenska.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

DELKURS 1 Kursens examination görs löpande under hela dess kursperiod.

Bedömning av studentens prestation för att uppnå godkänt resultat görs genom:

- Lösningar på praktikfall genom skriftligt paper och muntlig presentation vid ett seminarium, vilket genomförs i grupp.
- Muntlig presentation baserad på ett kapitel i kursens huvudbok (Solomon, 2010), vilken genomförs i grupp.
- Fältstudie som redovisas genom en skriftlig rapport samt muntlig presentation vid ett seminarium, vilket genomförs i grupp.
- Hemtentamen som genomförs individuellt och redovisas skriftligen, samt genom en skriftlig opponering av en annan students hemtentamenssvar inklusive muntlig diskussion vid ett slutseminarium.

För att uppnå betyget *Väl godkänd* måste studenten genomföra en skriftlig individuell examen med detta syfte. Studenter som avser delta i denna examen måste meddela kursansvarig lärare, annars rapporteras *Godkänt* om ovanstående moment är genomförda med godkänt resultat.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten genom bedömning av skriftliga examina, rapporter och studentens förmåga att presentera och diskutera rapporters innehåll. För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala.

DELKURS 2 Företagsekonomisk metod och uppsats, 7,5 hp

Examinationen sker dels gruppvis dels individuellt under kursens gång genom:

- Individuellt deltagande på obligatoriska moment
- Gruppvis skriftlig redovisning av färdig uppsats

För kursen som helhet ges något av betygen: väl godkänd, godkänd, underkänd samt A-F enligt ECTS betygsskala. Grunden för betyg avgörs av hur väl studenten har uppfyllt de förväntade studieresultaten.

För studerande, som ej blivit godkända vid ordinarie tentamenstillfälle, erbjuds möjlighet till omtentamen i regel 5-8 veckor efter ordinarie provtillfälle. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen per delkurs att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges 3 tillfällen per läsår.

Slutbetyget relateras till dels individuellt deltagande dels gruppvis skriftlig redovisning. Delbetygen sammanvägs till ett kursbetyg.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid institutionen. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras med kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursutvärderingar, exempelvis

löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

DELKURS 1 Consumers and Shopping in the Experience Economy, 7,5 hp

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M.K. (2010). *Consumer Behaviour – A European Perspective*. Essex: Prentice Hall. 620 s.

Underhill, P. (2009). *Why We Buy: The Science of Shopping*. New York: Simon & Schuster. 297 s.

Referenslitteratur

Lindstrom, M. (2010). *Buyology – Truth and lies about why we buy*. New York: Broadway books. 243 s.

Ytterligare undervisningsmaterial

The Consumer Behaviour Companion Website
Artiklar 50 s.

DELKURS 2 Företagsekonomisk metod och uppsats, 7,5 hp

Obligatorisk litteratur

Bryman, A. och Bell, E.(2003). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber AB.

Referenslitteratur

Anges under kursens gång.