



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design
Ekonomihögskolan

1MF002 Från kundens perspektiv, 30 högskolepoäng
From the Perspective of the Customer, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Organisationskommittén 2009-06-17

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2010

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs grundläggande behörighet samt särskild behörighet:
Matematik B och Engelska B (svenska är inte del av behörigheten för de som söker den engelskspråkiga versionen av programmet, eftersom all undervisning sker på engelska)

Förväntade studieresultat

Studenten skall

ha bred kunskap om

- Konsumenter som individer
- Konsumenter som beslutsfattare
- Informations- och datakällor
- Deskriptiv och generaliserande statistik
- Inköpets roll och betydelse
- Inköpsprocessen
- Inköp och styrning av förädlingskedjor
- Medias roll och betydelse i kulturer
- Media och konsumtion
- Storytelling i media

kunna tillämpa

- Jag-begreppet på konsumtion

- Utvärdera och välja leverantörer
- Leverantörsstyrning
- Kvalitetsstyrning av leverantör
- Organisera data
- Presentera data
- Utföra korrelationsanalyser
- Utföra regressionsanalyser
- Utföra konfidenstest
- Formulera och testa hypoteser
- Analys av mediakonsumtion
- Textanalys av budskap

förstå

- Psykologiska faktorerers betydelse för beslutsfattande
- Hur man väljer testmetod och rapporterar resultat
- Konsekvenser av valet av testmetod rapportering
- Kommunikation mellan sändare och mottagare

Innehåll

- Jaget
- Konsumtion och Jag-begreppet
- Människor som konsumenter
- Konsumentens upplevda värde
- Perception
- Lärande
- Minne
- Motivation, värderingar & engagemang
- Attitydförändring och interaktiv kommunikation
- Individuellt beslutsfattande
- Inköpets roll och betydelse
- Inköpsprocessen
- Styrning av leverantörer
- Inköp och styrning av förädlingskedjor
- Utvärdering och val av leverantörer
- Styrning av leveranskvalitet
- Informations- och datakällor
- Deskriptiv statistik
- Generaliserande statistik
- Hypotestestning
- Organisera data
- Presentera data
- Urval och Population
- Korrelation
- Regression
- z-test, t-test
- Konfidenstest
- Chi-Square test
- Val av test och rapportering av resultat
- Hushåll
- Livsstil
- Ritualer
- Traditioner
- Kulturella myter
- Consumerism styr
- Konsumtion och media
- Kommunikationsmodeller

- Medias produktionslogik
- Makt och empowerment (förmåga)
- Konstruktion av identiteter
- Kulturellt kapital
- Analfabetism & adoption
- Internet och media
- Communities som media-motorer för användarinnehåll
- Viral kommunikation
- Semiotikens grunder
- Semiotisk metod
- Narration (berättelse)
- Retorik
- Varumärkning som storytelling
- Interaktiv storytelling
- Storytellings påverkan
- Material för storytelling
- Scripting av Upplevelser

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar, projektarbete och seminarier kring fallstudier

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Skriftliga tentamina, seminariepapper

Omtentamen för studerande som ej nått godkänt resultat sker några veckor efter första tentamenstillfället. Minst 5 tentamenstillfällen ges.

Betygsättning sker med något av betygen Väl godkänd (80%-100%), Godkänd (60%-79%) eller Underkänd (0%-59%).

Student vid Linnéuniversitetet har rätt att få sitt betyg för kurs översatt till den sju-gradiga ECTS-skalan. För att få sitt betyg översatt ska studenten lämna en begäran om detta till läraren vid kursstart.

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.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Solomon et al, Consumer Behaviour. A European Perspective. Prentice Hall, senaste version, 701 sidor

Cialdini, R. B, Influence: Science and practice, Pearson Education, senaste version, 272 sidor

Monczka, R. M, Purchasing and Supply Chain Management, Cengage Learning, senaste version, 810 sidor

Nolan & Heinzen Statistics for the behavioural sciences. Worth Publishers, senaste version, 736 sidor

Gripsrud, Understanding Media Culture, Hodder Arnold Publication, senaste version, 336 sidor

Fog, Budtz & Yakaboylu, Storytelling: Branding in practice", Springer, senaste version, 238 sidor

Ekonomihögskolan, Artiklar, 600 sidor