



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Organisationskommittén

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1MF002 Från kundens perspektiv, 30 högskolepoäng

1MF002 From the Perspective of the Customer, 30 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1N

### Fastställande

Fastställd 2009-06-17

Senast reviderad 2022-12-05 av Organisationskommittén. Ändrad institutionstillhörighet.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

### 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)

### Mål

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 faktorerens 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

## Examination

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