



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Organisationskommittén

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1PI008 Undersöknings- och analysmetoder för inrednings- och butikskommunikatörer, 3 högskolepoäng

1PI008 Evaluation techniques for the Programme of Interior Decoration & Visual Merchandising, 3 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

Grundläggande behörighet samt särskild behörighet Matematik A, Samhällskunskap A

Mål

Efter fullgjord kurs förväntas studenten:
ha breda kunskaper om

- Undersöknings- och analysmetoder

ha färdigheter i

- Grundläggande undersöknings- och analysmetoder

Förstå

Undersöknings- och analysmetoder från:

- Ett designperspektiv

- Ett butikskommunikatörsperspektiv
- Ett marknadsföringsteknik

Innehåll

- Intervjutekniker
- Frågeformulär
- Fokusgrupper
- Observations- och beteendestudier
- Ekonomisk utvärdering
- Målrelaterade undersöknings- och analysmetoder

Inkluderade delar:

- Planeringen av undersöknings- och analysmetoder, inklusive teoretiska argument för gjorda val.
- Genomförande av planerade undersöknings- och analysmetoder
- Strukturering, analys och presentation av undersöknings- och analysmetoder

Undervisningsformer

Litteraturstudier, föreläsningar, workshops, seminarier

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd eller Godkänd.

Seminariepapper, övningar, seminarier.

Godkänd(60% -100%) 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

Christensen, L et al. *Marknadsundersökning: en handbok*. Studentlitteratur, Lund, 2001.

Underhill, P. *Why We Buy: The Science of Shopping*. Texere, latest edition.