



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Kursplan

Fakultetsnämnden för ekonomi och design

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

2FE15E Examensarbete på programmet International Sales and Marketing, 30 högskolepoäng

2FE15E Graduation work on the International Sales and Marketing Program, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2E

Fastställande

Fastställd 2010-11-12

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

Förkunskaper

För tillträde till kursen krävs att 135 hp (av totalt 150 hp) av kurser på programmet International Sales and Marketing är genomgångna och godkända.

Mål

Problematiserande kunskaper om avgränsade teoretiska och empiriska problem;

- att självständigt formulera ett forskningsproblem
- att använda forskningsmetod, att samla in och analysera data
- att kritiskt kunna granska forsknings- och utredningsrapporter, självständigt utarbeta skriftlig presentation av ett ämnesfördjupande arbete.

Innehåll

Kursen består av en teorimodul på 7,5 hp i antingen försäljning eller produktutveckling och en modul i fördjupad metod på 7,5 hp och en uppsats på 15 hp. Kursen bedrivs i form av en seminarieriserie och med handledning för varje uppsatsgrupp.

Arbetet innebär definition och formulering av problem, sammanställning av en rapport

och oppositioner på andras arbeten.

Undervisningsformer

Undervisningen består av seminarier och handledning. Deltagande i seminarier är obligatoriskt.

Examination

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Bedömningen av de studerandes prestationer görs genom bedömning av examensarbete och opposition. 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 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

Metod

- Bryman, Alan, Bell, Emma, Företagsekonomiska forskningsmetoder, Malmö; Liber Ekonomi, senaste upplagan, 621 sidor (engelsk originalversion med ISBN 978-0-19-928498-6 är också tillåtet att använda)
- Yin, Robert K, Fallstudier: Design och genomförande, Malmö, Liber, senaste upplagan, 208 sidor (engelsk originalversion med ISBN 0-7619-2553-8 är också tillåtet att använda)
- Vetenskapliga artiklar, 200 sidor (scientific articles 200 pages)

Försäljning

- 1500 sidor vetenskapliga artiklar

Produktutveckling

- 1500 sidor vetenskapliga artiklar