



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

2FE22E Examensarbete på programmet International Sales and Marketing (kandidat), 15 högskolepoäng

2FE22E Degree Project on the International Sales and Marketing Program (Bachelor), 15 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G2E

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-05-13

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

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. Engelska B/engelska 6.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

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

Innehåll

Kursen innehåller:

- definition och formulering av problem
- sammanställning forskningen i en akademisk rapport
- oppositioner på andra studenters arbeten

Undervisningsformer

Undervisningen består av seminarier och handledning. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examensarbetet utgörs av en skriftlig rapport som ska försvaras vid ett seminarium. I examinationen ingår även att opponera på ett annat examensarbete.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning rekommenderas att inte gå upp på ordinarie slutseminarium.

Kursvärdering

En skriftlig kursvärdering genomförs och sammanställs i en rapport, vilken arkiveras vid fakulteten. Resultatet och eventuellt vidtagna åtgärder kommuniceras av kursansvarig och presenteras för studenterna vid nästa kurstillfälle eller på annat sätt som kursansvarig finner lämpligt. Andra typer av kursvärderingar, exempelvis löpande under kursens gång eller samtal med studenterna förekommer och uppmuntras i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Bryman, A. & Bell, E. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber Ekonomi. Senaste upplagan. 621 sidor. (engelsk originalversion med ISBN 978-0-19-928498-6 är också tillåtet att använda)

Yin, R. 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. Ca 200 sidor.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med handledare.