



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

2FE403 Företagsekonomi III - forskningsmetoder, 7,5  
högskolepoäng

2FE403 Business Administration III - Research Methods, 7.5 credits

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G2F

### Fastställande

Fastställd 2019-06-20

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

### Förkunskaper

Företagsekonomi 60 hp på G1N och G1F nivå varav minst 22,5 hp marknadsföring  
samt Engelska B/Engelska 6, eller motsvarande.

## Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för centrala begrepp och begreppsrelationer inom kvantitativa och kvalitativa metoder
- formulera forskningsproblem och metodologiskt grundade forskningsstrategier som svarar an mot det formulerade problemet utifrån såväl kvantitativa som kvalitativa metoder
- redogöra för ontologiska och epistemologiska ställningstaganden
- argumentera för val av empiriskt material och tillvägagångssätt för materialinsamling
- analysera, tolka och värdera forskningsresultat utifrån vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter

## Innehåll

Kursen introducerar centrala frågor och perspektiv i forskningsprocessen genom att fokusera på vetenskapsteori och metodologi.

Kursen innehåller:

- introduktion till forskningsprocessen och forskningsmetoder inom företagsekonomi
- introduktion till olika grundläggande vetenskapliga antaganden om kunskapsproduktion och olika forskningsperspektiv
- implikationer för praktisk forskning beroende på grundläggande antaganden om kunskapsproduktion
- formulering av forskningsfråga
- utvärderingskriterier
- tillgång till empiriskt material
- olika sätt att analysera och tolka kvalitativ och kvantitativ data
- olika sätt att skriva slutsatser och resultat
- forskningsetik
- diskutera och utvärdera ett examensarbete
- användning av referenser

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier. Obligatoriska moment inkluderar föreläsningar och seminarier. Datum för obligatoriska moment framgår av schemat.

## Examination

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

Kursen examineras genom ett grupprojeckt och en skriftlig tentamen.

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. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens målpuppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

## Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

## Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis

överensstämmer med innehållet: 2FE197, 2FE904, 2EB004, 2FE006, 2FE04E:2, 2FE10E:2, 2FE11E:2, 2FE17E:2, 2FE941, 2EB013, 2FE27E:2, 2FE28E:2 och 2FE29E:2 med vardera 7,5 hp vardera.

### Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen är engelska kommer även examinationer ges på engelska.

### Kurslitteratur och övriga läromedel

#### **Obligatorisk litteratur**

Charry, K. et al. *Marketing Research with IBM SPSS Statistics: A practical guide*. Routledge. Senaste upplaga. Cirka 260 sidor.

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. *Research methods for business students*. Pearson Education Limited. Senaste upplaga. Cirka 870 sidor.

#### **Övriga läromedel**

Vetenskapliga artiklar. Cirka 300 sidor