



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

4FE124 Applied Marketing Analysis, 15 högskolepoäng  
Applied Marketing Analysis

### Huvudområde

Företagsekonomi

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Avancerad nivå

### Fördjupning

A1N

### Fastställande

Fastställd 2014-11-27

Senast reviderad 2022-06-07 av Ekonomihögskolan. Litteraturrevidering.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2022

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:

- Kandidatexamen i företagsekonomi varav minst 30 högskolepoäng i marknadsföring,
- Engelska 6, eller motsvarande.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- utifrån ett vetenskapligt förhållningssätt utforska, analysera och tillämpa information i en relevant och preciserad marknadsföringskontext
- relatera marknadsanalys till en beslutfattande kontext i företag
- använda vetenskaplig metod vid analys av marknadsföringsproblem
- omvandla tillgänglig information till en strategi i syfte att lösa marknadsföringsproblem
- visa hur metodikproblem kan analyseras och föreslå lösningar till dessa i förhållande till de olika lösningarnas fördelar och nackdelar

## Innehåll

Kursen ger en övergripande introduktion till vetenskaplig problemlösning - dess logik, process och uppbyggnad. Introduktionen inrymmer också analys av den akademiska skrivandeprocessen. Kursen omfattar därtill en introduktion till metoder för vetenskaplig analys. Den här delen av kursen kommer att ge teoretisk förståelse av metod och baseras på praktiska exempel i syfte att ge konkreta kunskaper om undersökningar av marknader. Ämnen som behandlas är:

- hur man specificerar informationsbehov i samband med beslutsfattande om marknadsföring
- hur man identifierar relevant information och informationskällor i syfte att belysa de förhållanden för marknadsföringen som är relevanta för problemställningar
- hur man kan tillämpa vetenskaplig metod för analys av marknadsförhållanden
- hur man omvandlar analysresultat till praktiska beslutsunderlag för viktiga beslutsfattare
- hur man kan presentera en systematisering av teorier kring marknadsföringsproblem och relatera sådan till företags marknadsföringsstrategier

## Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, workshops och seminarier.

## Examination

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

Kursen examineras genom sex uppgifter (å 2 hp) och en uppgift (å 3 hp).

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.

## Övrigt

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

## Kurslitteratur och övriga läromedel

### **Obligatorisk litteratur**

Hair, J. E.; Black, W. C.; Babin, B. J. & Anderson, R. E. *Multivariate data analysis*. Cengage Learning EMEA. Senaste upplaga. Cirka 800 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 800 sidor.

### **Referenslitteratur**

Bell, E., Bryman, A. & Harley, B. *Business Research Methods*. Oxford University Press. Senaste upplaga. Cirka 640 sidor.