



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

4FE454 Methodology, 7,5 högskolepoäng

Methodology, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1N

Fastställande

Fastställd 2018-06-14.

Reviderad 2025-05-12. Mål, innehåll, litteratur och standardtexter.

Kursplanen gäller från och med vårtermin 2026.

Förkunskaper

Särskild behörighet:

15 hp företagsekonomi på avancerad nivå och Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- formulera tydliga forskningsfrågor som adresserar specifika forskningsproblem inom företagsekonomi
- etablera en koppling mellan forskningsproblemen, teoretiska ramverk och datainsamlingsmetoder
- tillämpa vetenskapliga metoder för insamling och analys av kvalitativa och

kvantitativa data

- tolka, utvärdera och validera forskningsresultat utifrån vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter

Innehåll

Kursen behandlar följande områden och begrepp:

- introduktion till centrala forskningskoncept, inklusive problemdefinition och förfining.
- formulering av teoretiska ramverk och forskningshypoteser.
- utforskning av metoder för insamling av kvalitativa och kvantitativa data.
- analys av data med hjälp av lämpliga forskningsmetoder.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier och grupparbete.

Examination

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

Kursen examineras genom en seminarieserie i grupp som diskuteras muntligt och lämnas in i skriftlig form 1 hp, ett skriftligt grupparbete som diskuteras muntligt och lämnas in i skriftlig form 2,5 hp samt en individuell skriftlig examination 4 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.

Omexamination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet.

I det fall student med funktionsnedsättning har rätt till särskilt pedagogiskt stöd beslutar examinator om anpassad eller alternativ examination.

Kursvärdering

Kursvärdering genomförs under kursen eller i nära anslutning till kursens avslutning. Resultat och analys av genomförd kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle ska senast vid kursstart informeras om föregående kursvärderingsresultat och genomförda förändringar i kursen.

Övrigt

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Alvesson, M. & Sandberg, J. (2011). *Generating research questions through problematization*. *Academy of Management Review*, 36: sida 247-271.

Alvesson, M. & Sandberg, J. (2011), *Ways of constructing research questions: gap-*

spotting or problematization? Organization, 18 (1) 23–44.

Malhotra, Naresh K. *Essentials of Marketing Research: a hands-on orientation*. Global Edition. Harlow: Pearson. Senaste upplaga. Cirka 430 sidor.

Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. *Research methods for business students*. Harlow: Pearson Education. Senaste upplaga. Cirka 880 sidor.

Övriga läromedel

Vetenskapliga artiklar och böcker kommer att tillhandahållas av föreläsaren.