



## Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

4FE62E Examensarbete i marknadsföring för  
Civilekonomprogrammet, 30 högskolepoäng

4FE62E Degree Project in Marketing, The Business Administration  
and Economics Programme, 30 credits

### Ämnesgrupp

Företagsekonomi

### Nivå

Avancerad nivå

### Fördjupning

A1E

### Fastställande

Fastställd 2013-10-15

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

### Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:  
Företagsekonomi med minst 90 högskolepoäng i huvudområdet företagsekonomi eller  
motsvarande samt 20 högskolepoäng på avancerad nivå (inom programmet).

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- med hög grad av självständighet identifiera, avgränsa och formulera ett forskningsproblem med praktisk och teoretisk relevans i samverkan med uppdragsgivare
- planera och genomföra ett examensarbete på begränsad tid, samt hantera vetenskapliga, samhälleliga och etiska aspekter
- välja och tillämpa adekvata vetenskapliga forskningsmetoder
- integrera fördjupade kunskaper inom specifika teoretiska ämnesområden
- självständigt författa och försvara ett examensarbete som ger ett bidrag till kunskap och forskning inom området
- muntligt presentera examensarbetet i dialog med lärare, studenter och uppdragsgivare
- kritiskt analysera, bedöma och konstruktivt opponera på andra examensarbeten

## Innehåll

Kursen innehåller en seminarieserie för examensarbetet. Examensarbetet innebär definition och formulering av problem, företrädesvis framtagna tillsammans med en uppdragsgivare, genomförande av en studie, sammanställning av en rapport och oppositioner på andras arbeten, samt presentation för eventuell uppdragsgivare.

## 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. För betyget godkänd ska målen vara uppnådda; betyget avgörs av hur väl studenten har uppfyllt målen. För sammanvägning av betyg till kursbetyg hänvisas till dokumentet "Principer för betygsrapportering dnr: ELNU 2011/160". Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning anmodas inte gå upp på ordinarie slutseminarium. Examensarbetet måste bedömas kunna bli godkänt vid ny sluthandledning och får gå upp på senare 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. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber ekonomi. 757 s.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med handledare.

### **Referenslitteratur**

Dahmström, K. (2005). *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*. Studentlitteratur AB. 411 s.

Fowler, J.F. (1995). *Improving Survey Research Questions, design and evaluation. Applied social research methods series vol 38*. Sage Publications, London. 190 s.

Silverman, D. (2005). *Doing qualitative research: a practical handbook*. London: Sage. 395 s.

Wahlgren, L. (2008). *SPSS steg för steg*. Studentlitteratur AB. 188 s.