



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring

4FE63E Examensarbete i marknadsföring för
Civilekonomprogrammet, 30 högskolepoäng

4FE63E Degree Project in Marketing, The Business Administration
and Economics Programme, 30 credits

Huvudområde

Företagsekonomi

Ämnesgrupp

Företagsekonomi

Nivå

Avancerad nivå

Fördjupning

A1E

Fastställande

Fastställd av Ekonomihögskolan 2015-05-13

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2016

Förkunskaper

Grundläggande behörighet för studier på avancerad nivå samt särskild behörighet:
Företagsekonomi 90 hp eller motsvarande, samt 20 hp på avancerad nivå (inom
programmet).

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- 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, samhällsliga 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
- 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. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

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

Bedömningen av de studerandes prestationer görs genom bedömning av examensarbete och opposition. Ett examensarbete som inte bedöms kunna bli godkänt vid sluthandledning rekommenderas att inte gå upp på ordinarie slutseminarium.

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 kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

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.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: Överlappande kurs 4FE62E.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Bryman, A. & Bell, E. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber ekonomi. Senaste upplagan. Ca 750 s.

Ytterligare litteratur väljs i samråd med handledare.

Referenslitteratur

Dahmström, K. *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*. Studentlitteratur AB. Ca 410 s. Senaste upplagan.

Fowler, J.F. *Improving Survey Research Questions, Design and Evaluation*. Applied social research methods series vol 38. Sage Publications, London. Ca 190 s. Senaste upplagan.

Silverman, D. Doing qualitative research: a practical handbook. London: Sage. Ca 395 s. Senaste upplagan.

Wahlgren, L. SPSS steg för steg. Studentlitteratur AB. Ca 190 s. Senaste upplagan.