

KURSPLAN

Marknadsundersökningar för affärsbeslut 7,5 högskolepoäng M7035N

Market Research for Business Decisions

Kursplan antagna: Höst 2023 Lp 1 - Tills vidare

**BESLUTSDATUM
2022-02-11**

Marknadsundersökningar för affärsbeslut 7,5 högskolepoäng M7035N

Market Research for Business Decisions

Avancerad nivå, M7035N

Utbildningsnivå	Fördjupningskod	Betygsskala	Ämne	Ämnesgrupp (SCB)
Avancerad nivå	A1N	U G VG *	Företagsekonomi	Företagsekonomi

Ingår i huvudområde

Företagsekonomi

Behörighet

Minst 120 hp avklarade kurser med minst godkänt resultat, varav följande kurser måste ingå: Marknadsföring (M0004N eller M0015N) 7,5 hp och Vetenskapsteori, metod och etik (G0012N) 15 hp, eller motsvarande kunskaper. Goda kunskaper i engelska, motsvarande Engelska 6.

Urval

Urvalet grundas på 30-285 högskolepoäng

Mål/Förväntat studieresultat

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- Formulera och precisera affärsproblem där marknadsundersökningar kan användas som en lösning
- Beskriva, förklara och välja mellan olika metoder för marknadsundersökningar, samt motivera och förklara hur ett affärsproblem kan lösas med hjälp av valda metoder
- Utveckla ett instrument för insamling av kvantitativa data
- Ge konstruktiv feedback på instrument för datainsamling
- Genomföra en fokusgrupp samt en kvantitativ studie för att lösa ett affärsproblem
- Analysera kvantitativa data med hjälp av statistiska tekniker
- Dra relevanta slutsatser baserat på resultat från en marknadsundersökning och utifrån detta ge rekommendationer till affärsbeslut
- Tydligt kommunicera undersökningsresultat på engelska, både skriftligt och muntligt
- Visa förståelse för begränsningarna och bedöma kvaliteten på marknadsundersökningar
- Planera och genomföra ett projekt inom givna tidsramar

Kursinnehåll

Kursen behandlar marknadsinformationens roll i företag och hur marknadsundersökningar kan användas vid affärsbeslut. Hela processen från formulering av affärsproblemet till kommunikation av undersökningsresultaten studeras och övas. Särskilt fokus läggs på kvantitativ metod och statistisk analys, för vilken studenterna använder programmet SPSS..

Genomförande

Kursens undervisningsspråk samt undervisningsform anges för varje kurstillfälle och framgår av kurssidan på Luleå tekniska universitets hemsida.

Kursen består av lektioner, seminarier, övningar och ett större projektarbete där studenterna tränar sin förmåga att planera och genomföra marknadsundersökningar. Projektet utförs åt, och presenteras för, en klient; dvs. ett utomstående företag/organisation. Kursen genomförs på engelska.

Examination

Om det finns beslut om särskilt pedagogiskt stöd, i enlighet med Riktlinjen Studentens rättigheter och skyldigheter vid Luleå tekniska universitet, finns möjlighet till anpassad eller alternativ examinationsform.

Studenterna ska i obligatoriska uppgifter visa att de kan:

- Formulera och precisera affärsproblem där marknadsundersökningar kan användas som en lösning
- Beskriva, förklara och välja mellan olika metoder för marknadsundersökningar
- Motivera och förklara hur ett affärsproblem kan lösas med hjälp av valda metoder
- Utveckla ett instrument för insamling av kvantitativa data
- Ge konstruktiv feedback på instrument för datainsamling
- Visa förståelse för begränsningarna och bedöma kvaliteten på marknadsundersökningar

Studenterna ska i projektarbete visa att de kan:

- Formulera och precisera affärsproblem där marknadsundersökningar kan användas som en lösning
- Beskriva och förklara vald metod för marknadsundersökningen, samt motivera och förklara hur ett affärsproblem kan lösas med hjälp av den valda metoden
- Utveckla ett instrument för insamling av kvantitativa data
- Genomföra en fokusgrupp samt en kvantitativ studie för att lösa ett affärsproblem
- Analysera kvantitativa data med hjälp av statistiska tekniker
- Dra relevanta slutsatser baserat på resultat från en marknadsundersökning och utifrån detta ge rekommendationer till affärsbeslut
- Tydligt kommunicera undersökningsresultat på engelska, både skriftligt och muntligt
- Visa förståelse för begränsningarna och bedöma kvaliteten på marknadsundersökningen
- Planera och genomföra ett projekt inom givna tidsramar

En förutsättning för godkänt resultat är närvaro på obligatoriska närvarotillfällen.

Otillåtna hjälpmedel vid prov och bedömning

Om en student, genom användande av otillåtna hjälpmedel, försöker vilseleda vid prov eller när en studieprestation ska bedömas, får disciplinära åtgärder vidtas.

Uttrycket "otillåtna hjälpmedel" betyder de hjälpmedel som lärare i förväg inte uppgett som tillåtna hjälpmedel och som kan vara till hjälp vid lösandet av examinationsuppgiften. Detta innebär att alla hjälpmedel som inte uppgetts som tillåtna är otillåtna.

Övrigt

Den student som inte personligen registrerat sig, eller kontaktat ETKS utbildningsadministration eduetks@ltu.se, under läsockens första tre dagar riskerar att förlora sin plats på kursen. Detta gäller även student med platsgaranti.

Kursgivare

Institutionen för ekonomi, teknik, konst och samhälle (ETKS)

Moduler

Kod	Benämning	Betygsskala	Hp	Tillstånd	Gäller från	Titel
0002	Projektarbete	U G VG *	6	Obligatorisk	H15	
0003	Obligatoriska uppgifter	U G#	1,5	Obligatorisk	H15	

Studiehandledning

Studiehandledning finns i lärplattformen Canvas före kursstart. Du som är ny student hittar all information du behöver på www.ltu.se/studentwebben/ny-student. Du som redan studerar vid Luleå tekniska universitet hittar information om kursstart via schema på studentwebben alternativt via kursrummet i lärplattformen. Du når lärplattformen via Mitt LTU.

Revidering fastställd

av Huvudutbildningsledare Daniel Örtqvist, Institutionen för ekonomi, teknik, konst och samhälle 2022-02-11

Kursplanen fastställd

av Huvudutbildningsledare Bo Jonsson, Institutionen för ekonomi, teknik och samhälle 2012-03-14