HÖGSKOLAN I BORÅS

Kvantitativ marknadsundersökningsmetodik
Quantitative market analysis methods

7,5 högskolepoäng
7,5 credits

Ladokkod: 51KV01
Version: 4.0
Fastställd av: Utbildningsutskottet 2013-12-18
Gäller från: VT 2014

Nivå: Grundnivå
Huvudområde (successiv fördjupning): Företagsekonomi (G1F)
Utbildningsområde: Samhällsvetenskap
Ämnesgrupp: Företagsekonomi
Förkunskapskrav: Grundläggande behörighet
Betygsskala: Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

Innehåll

Kursen innehåller följande moment:
1. Kursens inleds med en genomgång av hur kvantitativa marknadsundersökningar planeras och genomförs samt hur man samlar in primärdata och hur man konstruerar ett frågeformulär.
2. Kursens andra del handlar om variabler, datanivåer, genomsnittsmått och spridningsmått som används i kvantitativa marknadsundersökningar. Sedan visas hur man jobbar med deskriptiv analys med hjälp av program såsom Excel eller SPSS.
3. Kursens följande del handlar om grundläggande inferensteori där kursdeltagarna lär sig att beräkna och använda punktskattningar, intervallskattningar, medelfel och statistiska felmarginaler. I den här delen av kursen går vi också igenom olika typer av hypotestester beroende på olika förutsättningar.
4. Sista delen av kursen ger en introduktion till hur korrelationsanalys och regressionsanalys används i kvantitativa marknadsundersökningar.

Mål

Efter avklarad kurs skall studenten kunna:
Kunskap och förståelse
1. definiera olika typer av variabler och datanivåer som används i kvantitativa marknadsundersökningar,
2. beskriva de viktigaste urvalsmetoderna som används i kvantitativa marknadsundersökningar,

Färdigheter och förmågor
3. beräkna och tolka olika genomsnittsmått och spridningsmått som används i kvantitativa marknadsundersökningar,
4. beräkna och tolka intervallskattningar,
5. beräkna och tolka hypotestester med en och två grupper,
6. genomföra regressionsanalyser med tillämpningar i kvantitativa marknadsundersökningar,
7. använda de statistiska begreppen och metoderna som behandlas i kursen för att sammanfatta ett datamaterial med hjälp av Excel eller SPSS,

Värderingsförmåga och förhållningssätt
8. göra bedömningar av lämpliga statistiska metoder för att dra slutsatser från kvantitativa marknadsundersökningar.

Undervisningsformer

Undervisningen bedrivs i form av föreläsningar, räkneövningar och datorövningar.

Undervisningen bedrivs på svenska, men undervisning på engelska kan förekomma.

Examinationsformer

Kursens examination består av två delar:
1. individuell skriftlig tentamen (lärandemål 1 - 6, 8), betygskala: U/V
2. grupparbete (lärandemål 7), betygskala: U/G

Studentens rättigheter och skyldigheter vid examination är enligt riktlinjer och regelverk vid Högskolan i Borås.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Körner, Svante & Wahlgren, Lars (2005). *Statistiska metoder.* 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Dahmström, Karin (2011). *Från datainsamling till rapport: att göra en statistisk undersökning.* 5. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Studentinflytande och utvärdering

Studenternas synpunkter inhämtas systematiskt och regelbundet genom skriftlig kursvärdering efter avslutad kurs. En gång per termin utvärderar studentrepresentanter tillsammans med studierektor och utbildningsledare genomförda kurser.

I övrigt hänvisas till högskolans policy för kursvärderingar och dokument utfärdade av institutionsstyrelse, studierektor och kursansvarig.

Övrigt

Kursen är i första hand en programkurs för Textilekonomprogrammet.