



## Marknadsundersökning och marknadsanalys

### Market Research and Marketing Analysis

7,5 högskolepoäng

7,5 credits

---

**Ladokkod:** SMM022

**Version:** 11.0

**Fastställd av:** Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2019-09-18

**Gäller från:** HT 2019

**Nivå:** Grundnivå

**Huvudområde (successiv fördjupning):** Företagsekonomi (G1F)

**Utbildningsområde:** Samhällsvetenskap

**Ämnesgrupp:** Företagsekonomi

**Förkunskapskrav:** Avklarade kurser om sammanlagt 45 högskolepoäng i företagsekonomi varav kurser i marknadsföring om 15 högskolepoäng på grundnivå.

**Betygsskala:** Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd

---

### Innehåll

I kursen behandlas de olika delarna av marknadsundersökningsprocessen - från problemformulering och metod till resultat, slutsatser och rekommendationer. Kursen tar också upp hur olika IT-verktyg kan användas vid insamling och analys av data samt etik i samband med marknadsundersökningar.

### Mål

Studenten ska efter avklarad kurs kunna:

#### *Kunskap och förståelse*

- 1.1. beskriva olika typer av ansatser, urval och datainsamlingstekniker och redogöra för i vilka situationer de kan användas,
- 1.2. redogöra för marknadsundersökningsprocessen och marknadsundersökningsrapportens olika delar,
- 1.3. redogöra för den kvantitativa och den kvalitativa analysens olika kännetecken,
- 1.4. redogöra för vad som påverkar en marknadsundersöknings tillförlitlighet,

#### *Färdigheter och förmåga*

- 2.1. planera och genomföra en marknadsundersökning baserad på både kvalitativ och kvantitativ data,
- 2.2. utföra kvalificerad analys av kvalitativ och kvantitativ data,
- 2.3. självständigt skriva en marknadsundersökningsrapport - från problemformulering till undersökningsdesign, analys och slutsatser,
- 2.4. använda de mest primära funktionerna i ett statistikprogram,

#### *Värderingsförmåga och förhållningssätt*

- 3.1. utgående från ett visst marknadsproblem självständigt identifiera och formulera en eller flera undersökningsfrågor med hänsyn till olika samhälleliga och vetenskapliga aspekter,
- 3.2. utifrån en viss undersökningsfråga värdera vad som är relevant information samt
- 3.3. i relationen med uppdragsgivare och respondent/informant ta hänsyn till olika etiska aspekter.

### Undervisningsformer

Föreläsningar, grupparbeten, handledning samt seminarier.

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

## Examinationsformer

Kursen examineras genom följande examinationsmoment:

Rapport: Skrivs i grupp och redovisas muntligt på ett slutseminarium

Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 3.1, 3.2 och 3.3

Högskolepoäng: 4,0

Betygskala: U/G

Vid frånvaro från slutseminarium får studenten en skriftlig kompletteringsuppgift

Tentamen: individuell hemtentamen

Lärandemål: 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.4 och 3.2

Högskolepoäng: 3,5

Betygskala: U/G/VG

För betyget Godkänd på hel kurs krävs godkänd rapport och godkänd tentamen. För betyget Väl godkänd på hel kurs krävs dessutom Väl godkänd tentamen.

Om studenten har ett beslut/rekommendation om särskilt pedagogiskt stöd från Högskolan i Borås på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att anpassa examinationen. Examinator har att utifrån kursplanens mål avgöra om examinationen kan anpassas i enlighet med beslutet/rekommendationen.

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

## Kurslitteratur och övriga läromedel

Christensen, L., Andersson, N., Engdahl, C. och Haglund, L. (senaste upplagan), *Marknadsundersökning - en handbok*. Studentlitteratur, Lund

Hagevi, M. & Viscovi, D. (senaste upplagan), *Enkäter – att formulera frågor och svar*. Studentlitteratur: Lund.

Dahlin-Ivanoff, S. & Holmgren, K. (senaste upplagan), *Fokusgrupper*. Studentlitteratur: Lund.

Alvehus, J. (senaste upplagan), *Problemformulering*. Studentlitteratur: Lund.

Forskningsartiklar tillkommer som studenten själv söker.

Ytterligare litteratur och undervisningsmaterial tillhandahålls via lärplattformen (max 200 sidor).

## Studentinflytande och utvärdering

Kursen utvärderas i enlighet med gällande riktlinjer för kursutvärderingar vid Högskolan i Borås, där studenternas synpunkter ska inhämtas. Kursutvärderingsrapporten publiceras och återkopplas till deltagande och blivande studenter i enlighet med ovan nämnda riktlinjer, och ligger till grund för framtida utveckling av kurser och utbildningsprogram.

Kursansvarig lärare ansvarar för att utvärdering enligt ovan genomförs.

## Övrigt

Kursen ingår i Civilekonomprogrammet, Ekonomutbildningen och Dataekonomutbildningen.