



MRK 9860 Markedsanalyse

Studium

Diplommarkedsførerstudiet - Informasjon og samfunnskontakt (2. år), Diplommarkedsførerstudiet - Markedsføring og internasjonalisering (2. år), Diplommarkedsførerstudiet - Markedskommunikasjon (2. år), Diplomøkonomstudiet i finans (2. år), Diplomøkonomstudiet i informasjonsteknologi (2. år), Diplomøkonomstudiet i reiselivsledelse (2. år), Diplomøkonomstudiet i varehandelsledelse (2. år), Diplomøkonomstudiet i økonomi og administrasjon (2. år), Grunnfag i informasjon og samfunnskontakt, Grunnfag i markedsføring og internasjonalisering, Grunnfag i markedskommunikasjon, Handelskandidatstudiet (2. år), Høyskolekandidatstudiet i økonomi og administrasjon (2. år)

Kursansvarlig

Ulf Henning Olsson, Geir Gripsrud

Institutt

Markedsføring

Semester

Nettstudier: Høst, Deltid: Høst, Heltid:Høst, Modul: Høst

Vekttall

2

Mål

Dette kurset har som mål å lære studentene ulike teknikker og metoder innenfor markedsanalyse. Det legges vekt på å formulere undersøkelsesopplegg i tilknytning til beslutningsproblemer i bedrifter og organisasjoner. Studentene skal kunne gjennomføre enkle analyser selv, og regresjonsanalyse står i denne forbindelsen sentralt.

Forkunnskaper

Grunnkurs i statistikk for Grunnfag i bedriftsøkonomi eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Gripsrud, Geir og Ulf H. Olsson. 2000. *Markedsanalyse* . 2. utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Anbefalt litteratur

Lehmann, Donald.R., Sunil Gupta and Joel Steckel. 1998. *Marketing research* . Reading , Mass.: Addison-Wesley.
Selnes, Fred. 1999. *Markedsundersøkelser* . 4.utg. Oslo: Tano Aschehoug.

Emneoversikt

1. Formulering av undersøkelsesproblem
2. Ulike forskningsdesign
3. Sekundærdata og standardiserte undersøkelser
4. Kvalitative metoder
5. Survey-undersøkelser.
6. Reliabilitet og validitet
7. Enkel dataanalyse
8. Multippel regresjon
9. Andre multivariate metoder

Dataverktøy

Kurset krever bruk av dataverktøy. Anbefalt programvare er programpakken SPSS.

Gjennomføring

Heltid og deltid

Kurset foreleses med totalt 42 kurstimer. I tillegg må studentene regne med å bruke en god del tid på øvelser og oppgaver.

Nettstudier

Det gjennomføres intensivundervisning på samlinger i starten av semesteret og før eksamen. Ved Senter for nettstudier benyttes studieguide som supplement til pensumlitteraturen. Studieguiden inneholder tips om studiet, fremdriftsplan og oppgaver med løsningsforslag. Fagveiledningen gjennomføres bl.a. via internett med fagsider og diskusjonsgrupper, samt ved frivillige oppgaveinnsendingsprogram.

Eksamen

Kurset avsluttes med innlevering av en fagoppgave over en uke og en kontrollprøve i form av en individuell flervalgseksamen på 2 timer. Flervalgseksamen forutsetter kjennskap til hele pensum. Fagoppgaven kan løses individuelt eller av en gruppe på inntil tre studenter sammen. Fagoppgaven gis vanlig karakter, mens flervalgseksamen gis karakteren "Bestått" eventuelt "Ikke bestått". Både fagoppgaven og flervalgseksamen må bestås for å få kurset godkjent, men eventuell kontinuasjon i en av delene kan gjøres separat

Eksamenskode(r)

MRK 98601 Markedsanalyse - Fagoppgave, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 9860, 2 vekttall.
MRK 98602 Markedsanalyse - Flervalgseksamen, bestått/ikke bestått.

Hjelpemidler til eksamen

Det er ingen hjelpemidler til flervalgseksamen.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes hvert semester.