



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2005/2006

MET 2430 Kvalitative metoder - markedsanalyse

Studium

Bachelorstudiet i Informasjon og samfunnskontakt (3. år), Bachelorstudiet i Markedsføring og ledelse (3. år), Bachelorstudiet i Markedskommunikasjon (3. år)

Kursansvarlig

Elisabeth Falck, Tor Grenness

Institutt

Markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Mål

Kurset skal gi studentene kunnskap om og trening i å bruke den kvalitative markeds- og organisasjonsforskningens metoder for innhenting, analyse og tolkning av data, eksempelvis til diagnostisering av organisasjonskulturer eller til å avdekke kjøpsmotiver og spesielt avdekke og identifisere målgrupper. Fordi kurset både bygger på og er et supplement til tidligere kurs der de kvantitative metoder har blitt vektlagt, vil vurdering av de kvalitative metoders styrke og svakheter i forhold til de kvantitative bli tillagt vekt, samtidig som muligheten for å kombinere metoder vil bli understreket.

Forkunnskaper

Kurset MET 2360 Metode og dataanalyse eller tilsvarende.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Askheim, Ola Gaute Aas og Tor Grennes. 2000. Fra tall til ord: kvalitative metoder i markedsforskning. Oslo. Universitetsforlaget
Berg, Bruce L. 2001. Qualitative research methods for the social sciences. 4th ed. Boston: Allyn and Bacon

Artikkelsamling(er):

Grenness, Tor. 2005. Artikkelsamling til kurset Kvalitative Metoder. Handelshøyskolen. Revidert utgave. Sadvika: Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Bøker:

Johannessen, Asbjørn og Per Arne Tufte. 2002. Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode. Oslo: Abstrakt

Emneoversikt

Grunnleggende metodologiske utfordringer:

- Ontologiske og epistemologiske problemstillinger
- Kvalitativ og kvantitativ tilnærming
- Vurderingskriterier for metodologisk valg
- Reliabilitets- og validitetsvurderinger

Det kvalitative forskningsdesignet

- Kvalitative datainnsamlingsmetoder
- Dybdeintervjuet
- Fokusgruppesamtalen
- Observasjonsmetoden
- Kvalitativ dataanalyse
- Rapportering og resultater

Dataverktøy

Det kreves ikke bruk av dataverktøy i dette kurset

Gjennomføring

Kurset gjennomføres over 36 kurstimer med forelesninger, gruppearbeid og klassesdiskusjoner. Kurset kan på mange måter betraktes som en "oppvarming" foran diplomsemesteret og det vil derfor bli lagt vekt på å vise kvalitative metoders anvendbarhet i forhold til typiske problemstillinger i studentenes diplomoppgaver

Eksamen

Kurset avsluttes med én ukes fagoppgave .

Eksamenskode(r)

MET 24301 - fagoppgaven teller 100 % for å oppnå karakter i MET 2430 Kvalitativ metode - markedsanalyse, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle skriftlige hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Ny eksamen ved neste gjennomføring av kurset. Kontinuasjonsstudenter som tidligere har fulgt MET 2030 hvor eksamenformen var prosjektoppgave eller MET 2430 hvor eksamenformen var tre-timers eksamen, skal ta én ukes fagoppgave.