

STAR04, Kvantitativa forskningsmetoder, 5 högskolepoäng

Quantitative Research Methods, 5 credits

Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Institutionsstyrelsen vid Statistiska institutionen 2016-05-16 att gälla från och med 2016-09-01, höstterminen 2016.

Allmänna uppgifter

Kurs på avancerad nivå som ingår som valbar kurs i magisterprogrammet International Marketing and Brand Management (EAGIB)

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Statistik

Fördjupning

A1N, Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Kunskap och förståelse

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- visar kunskap om relevanta kvantitativa metoder för forskning inom internationell marknadsföring och brand management,
- visar kunskap om hur man utformar kvantitativa undersökningar, och
- visar förståelse för den statistiska metodikens betydelse för vetenskaplig forskning och marknadsundersökningar.

Färdighet och förmåga

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- visar förmåga att självständigt planera kvantitativa undersökningar, och
- visar förmåga att självständigt använda relevanta statistiska metoder för att analysera forskningsproblem.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

Ett godkänt betyg på kursen ges till de studenter som:

- visar förmåga att göra bedömningar av relevanta statistiska ansatser för att analysera problem inom såväl vetenskaplig forskning som internationell marknadsföring och brand management,
- visar förmåga att göra bedömningar med hänsyn till etiska aspekter inom kvantitativ forskning, och
- visar insikt om den kvantitativa metodikens roll i forskning och om människors ansvar för hur den används.

Kursens innehåll

1. Repetition av forskningsprocessen och formulering av forskningsproblem som statistiska hypoteser.
2. Undersökningsmetodik med urvalsmetoder och datainsamling, konstruktion av frågeformulär.
3. Grundläggande metoder för beskrivande statistik och statistisk inferens.
4. Försöksplanering med variansanalys.
5. Korrelation och regressionsanalys.
6. Faktoranalys och skalkonstruktion.
7. Dessutom ges en överblick av några inom marknadsundersökningar vanligt förekommande analysmetoder.

Kursens genomförande

Kursen består av föreläsningar, datorlaborationer samt seminarieövningar. Dessutom kan studiebesök och gästföreläsningar förekomma.

Kursens examination

Examinationen består av en skriftlig tentamen, en skriftlig inlämningsuppgift och en seminarieövning.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänt, E, D, C, B, A.

Betyg (Benämning) Poäng alt. % av maxpoäng. Karakteristik.

A (Utmärkt) 85-100. Ett framstående resultat som är utmärkt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

B (Mycket bra) 75-84. Ett mycket bra resultat som karakteriseras av mycket bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

C (Bra) 65-74. Ett bra resultat som karakteriseras av bra teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga samt självständighet.

D (Tillfredsställande) 55-64. Ett resultat som är tillfredsställande vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

E (Tillräckligt) 50-54. Ett resultat som möter minimikraven vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet, men inte mer.

U (Otillräckligt/Underkänt) 0-49. Ett resultat som är otillräckligt vad gäller teoretiskt djup, praktisk relevans, analytisk förmåga och självständighet.

Betyget bestäms av en sammanvägning av resultat på den skriftliga tentamen, den skriftliga inlämningsuppgiften och seminarieövningen.

Förkunskapskrav

Förkunskapskraven för EAGIB.

Prov/moment för kursen STAR04, Kvantitativa forskningsmetoder

Gäller från V17

1604 Kvantitativa forskningsmetoder, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A