



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Samhällsvetenskapliga fakulteten

## **SMMX32, Marknaders samhälleliga organisering, 7,5 högskolepoäng**

*The Societal Organisation of Markets, 7.5 credits*

Avancerad nivå / Second Cycle

---

### **Fastställande**

Kursplanen är fastställd av Styrelsen för institutionen för service management och tjänstvetenskap 2021-02-17 att gälla från och med 2021-08-30, höstterminen 2021.

### **Allmänna uppgifter**

Kursen erbjuds som valbar kurs inom masterprogrammet i service management (SASMA) samt som fristående kurs inom samhällsvetenskap. Kursen kan ingå i magister- eller masterexamen.

*Undervisningsspråk:* Engelska

*Huvudområde*

Service management

*Fördjupning*

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

### **Kursens mål**

För godkänt resultat på kursen ska studenten

#### **Kunskap och förståelse**

- tillgodogjort sig kunskaper om teorier, metoder och analytiska ansatser inom marknadsstudier. Detta rör särskilt kopplingarna mellan konsumtion, produktion, utbyten och ekonomiska idéer, samt
- utvecklat en grundläggande förståelse för hur sociologiska och antropologiska ansatser till marknader skiljer sig från nationalekonomisk forskning.

#### **Färdighet och förmåga**

- att i viss mån kunna tillämpa kunskaper från marknadsstudier på existerande marknader, samt

- kunna analysera marknader ur olika perspektiv.

### **Värderingsförmåga och förhållningssätt**

- Kunna förstå och värdera olika förklaringar och argument kring hur marknader fungerar, samt vilka begränsningar som finns för respektive perspektiv.
- Anta ett vetenskapligt förhållningssätt till att kritiskt och konstruktivt läsa både publicerade texter och andra studenters utkast inom kursens ämnesområde.

### **Kursens innehåll**

Samhällsvetenskapliga studier av marknader (market studies) är ett tvärvetenskapligt forskningsfält vilket angriper "ekonomin" i termer av det ekonomiska samhälls- och vardagslivet. Marknader förstås således som aktivt skapade och organiserade former av utbyte som förklaras i relation till individers och grupper sociala, kulturella, materiella och historiska sammanhang.

Kursens struktur består av tre moduler. Var modul består av föreläsningar och seminarier.

Modul 1 (1v): Introduktion samt de moderna, kapitalistiska marknadernas uppkomst

Modul 2 (2v): Teoretiska och empiriska ansatser inom marknadsstudier

Modul 3 (2v): Tillämpning av marknadsstudier

Inom kursens ram kommer studenterna att få sätta sig in i både teoretiska och empiriska ansatser till marknader. Därtill kommer studenterna själva arbeta med att tillämpa dessa ansatser på existerande marknader, och koppla samman litteraturen med så väl akademisk som kommersiellt relevant marknadsanalys.

### **Kursens genomförande**

Undervisningen sker i form av föreläsningar och seminarier.

Deltagande i seminarier är obligatoriskt om inte särskilda skäl föreligger. Ersättning eller alternativ tidpunkt för obligatoriskt moment erbjuds student som utan egen förskyllan, t ex olycksfall, plötslig sjukdom eller liknande händelser, inte kunnat genomföra det obligatoriska momentet. Detta gäller också studenter som har missat undervisning på grund av ett förtroendeuppdrag som studentrepresentant.

### **Kursens examination**

Kursen examineras enligt följande:

- Aktivt seminariedeltagande (1 högskolepoäng)
- Presentation av utkast till individuell skriftlig uppgift (1 högskolepoäng)
- Individuell skriftlig uppgift (5,5 högskolepoäng)

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

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

## **Betyg**

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

Betyg för icke godkänt resultat betecknas med Underkänd. Studentens resultat bedöms utifrån kursens lärandemål. För betyget E har studenten visat ett tillräckligt resultat. För betyget D har studenten visat ett tillfredsställande resultat. För betyget C har studenten visat ett bra resultat. För betyget B har studenten visat ett mycket bra resultat. För betyget A har studenten visat ett utmärkt resultat. För betyget Underkänd har studenten visat ett otillräckligt resultat.

För att bli godkänd på kursen krävs att studenten erhåller minst betyg E på samtliga examinationer. Studenter som inte uppfyller detta krav erhåller betyget Underkänd.

Från betygsskalan ovan undantas modulkod 2101 och 2102. Som betyg för denna modulkod används någon av beteckningarna Godkänd eller Underkänd.

För att bli godkänd på kursen krävs det att studenten erhåller minst betyg E på modulkod 2103 samt Godkänd på modulkod 2101 och 2102.

Vid kursens start informeras studenten om kursplanens lärandemål samt om betygsskalan och dess tillämpning i kursen.

## **Förkunskapskrav**

Kandidatexamen som omfattar minst 180 högskolepoäng, varav minst 90 högskolepoäng eller motsvarande inom samhällsvetenskap, företagsekonomi eller motsvarande. Engelska 6/Engelska B.

## **Övrigt**

Kursen kan inte ingå i examen tillsammans med Marknaders samhälleliga organisering, SMMV32 (7,5 högskolepoäng).

## Prov/moment för kursen SMMX32, Marknaders samhälleliga organisering

Gäller från H21

- 2101 Seminarier, 1,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 2102 Presentation, 1,0 hp  
Betygsskala: Underkänd, Godkänd
- 2103 Individuell skriftlig uppgift, 5,5 hp  
Betygsskala: Underkänt, E, D, C, B, A