



LUNDS
UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

STAR10, Statistik: Statistiska metoder för marketing science, 7,5 högskolepoäng *Statistics: Statistical Methods for Marketing Science, 7.5 credits* Avancerad nivå / Second Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Institutionsstyrelsen vid Statistiska institutionen 2022-05-30 och senast reviderad 2023-05-29. Den reviderade kursplanen gäller från och med 2024-01-15, vårterminen 2024.

Allmänna uppgifter

Kursen är en fristående kurs som är tänkt som ett komplement till utbildningar i marknadsföring eller som kompetensutveckling för yrkesverksamma inom marknadsföring.

Undervisningsspråk: Engelska

Huvudområde

Statistik

Fördjupning

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

Kursens mål

Fokus i denna kurs är på ett antal nödvändiga statistiska metoder som kan tjäna som grundläggande analysverktyg i marknadsundersökningar och *marketing science*.

Kunskap och förståelse

För godkänd kurs skall studenten

- visa kunskap om grundläggande statistiska metoder för *marketing science*,
- visa kunskap om väsentliga förutsättningar för att utforma marknadsundersökningar, och
- visa förståelse för de statistiska metodernas roll och betydelse inom *marketing science*.

Färdighet och förmåga

För godkänd kurs skall studenten

- visa färdighet att självständigt med hjälp av datorer genomföra statistiska analyser,
- visa färdighet att självständigt tillämpa lämpliga statistiska metoder för att analysera marknadsföringsproblem, och
- visa förmåga att identifiera, formulera och lösa problem i *marketing science* med hjälp av statistiska metoder.

Värderingsförmåga och förhållningssätt

För godkänd kurs skall studenten

- visa förmåga att göra bedömningar av lämpliga statistiska metoder för att analysera grundläggande problem inom *marketing science*,
- visa förmåga att relatera komponenterna i ett problem inom *marketing science* till relevanta statistiska metoder, och
- visa förmåga att hitta effektiva lösningar på problem inom *marketing science* baserade på insikter från vanliga statistiska metoder.

Kursens innehåll

1. En kort översikt över design av marknadsundersökningar
2. Centrala begrepp och termer inom beskrivande statistik och statistisk inferens
3. Metoder och frågeställningar inom urvalsmetodik och datainsamling
4. Försöksplanering och variansanalys
5. Korrelations- och regressionsanalys
6. Segmentering och klassificering
7. Särskilda metoder för marknadsundersökningar (attributpositionsanalys, conjoint analys, korrespondensanalys)

Kursens genomförande

Kursen är en distanskurs och är utformad som ett antal moduler bestående av inspelade föreläsningar, läsanvisningar och övningar på egen hand. Schemalagd introduktion och presentation av kursformatet och dess krav online, samt tillfällen för diskussioner online av vissa problem eller datorövningar kan förekomma.

Kursens examination

Varje modul avslutas med en kontroll i form av en hemtenta och/eller en datorövning för att mäta förståelsen av det behandlade ämnet. Den avslutande examinationen utgörs av ett individuellt projekt som behandlar något marknadsundersökningsproblem och en eller flera statistiska metoder. Projektet redovisas skriftligen.

Lunds universitet ser mycket allvarligt på fusk och kommer att vidta disciplinåtgärder mot alla slags försök till fusk i samband med tentamina och andra examinationsformer. Plagiering betraktas som ett mycket allvarligt akademiskt brott. Det straff som universitetets disciplinnämnd kan utdela för detta, och för andra slags fusk i samband med olika former av examination, inkluderar avstängning från universitetet under en viss tidsperiod.

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.

Betyg

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

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

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

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

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

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

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

För att få godkänt på en kurs måste studenten få betyg E eller högre.

Kursens betyg bestäms till 50% av resultatet modulkontrollerna och till 50% av resultat på projektrapporten.

Förkunskapskrav

Kandidatexamen samt minst 7.5 hp i statistik.

Övrigt

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med STAR03 eller STAR04.