



Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap
Företagsekonomi

Kursplan

Konsumentforskning inom marknadsföring

Kurskod:	FEAD57
Kursens benämning:	Konsumentforskning inom marknadsföring <i>Consumer research in marketing</i>
Högskolepoäng:	7.5
Utbildningsnivå:	Avancerad nivå
Successiv fördjupning:	Avancerad nivå, har endast kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav (A1N)

Huvudområde:
FOA (Företagsekonomi)

Beslut om fastställande

Kursplanen är fastställd av Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap 2022-02-13 och gäller från höstterminen 2022 vid Karlstads universitet.

Behörighetskrav

Företagsekonomi 90 hp varav minst 30 hp på G2F-nivå eller högre. Gymnasiets Engelska 6. Motsvarandebedömning kan göras.

Lärandemål

Efter avslutad kurs skall studenten kunna

1. redogöra för aktuell forskning om konsumenters attityds- och relationsformering, beteende, och beslutsfattande samt deras betydelse för marknadsföringsområdet,
2. definiera och förklara centrala begrepp och företeelser i konsumentforskning inom marknadsföringsområdet,
3. tolka, förklara och kritiskt diskutera teorier om och forskning på konsumenter ur ett marknadsföringsperspektiv,
4. redogöra för och reflektera kring effekter av marknadsföring riktad mot konsumenter,
5. kritiskt värdera, analysera och diskutera komplexa företeelser, problemställningar,

undersökningsdesign och metoder i konsumentforskning inom marknadsföringsområdet, 6. söka efter, samla in, värdera, integrera och presentera vetenskapliga arbeten om konsumenter inom marknadsföringsområdet, samt 7. producera och presentera rapporter som följer akademiska krav.

Innehåll

Kursen fokuserar på företeelser relaterade till konsumenters beslut, attityder, beteenden och relationer till organisationer, produkter och varumärken ur ett marknadsföringsperspektiv. I kursen behandlas betydelsen av hur upplevelser, intryck samt personliga och kontextuella faktorer påverkar konsumenters attityder, relationer, beslut och beteenden. Särskilt fokus läggs på effekter av marknadsföring riktad mot konsumenter från både företagsekonomiska perspektiv samt hållbarhetsperspektiv. Under kursen diskuteras även hur olika undersökningsdesigner och undersökningsmetoder används i forskning på konsumenter relaterat till olika typer av problem och företeelser inom ämnesområdet.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Se separat dokument.

Examination

Samtliga lärandemål examineras genom skriftliga inlämningsuppgifter, muntliga presentationer och seminariedeltagande i grupp, samt en individuell skriftlig inlämningsuppgift där opposition på annat arbete ingår.

Om studenten har ett beslut från Karlstads universitet om riktat pedagogiskt stöd på grund av dokumenterad funktionsnedsättning har examinator rätt att ge studenten en anpassad examination eller att låta studenten genomföra examinationen på ett alternativt sätt.

Betyg

Kursen bedöms enligt betygsskalan Väl godkänd (VG), Godkänd (G) eller Underkänd (U).

Kvalitetsuppföljning

Under och efter kursen sker en uppföljning av måluppfyllelse och förutsättningar för lärande i kursen. Dess främsta syfte är att bidra till förbättringar. Studenternas erfarenheter och synpunkter är ett av underlagen för granskningen, och inhämtas i enlighet med gällande regelverk. Studenterna informeras om resultaten och eventuella beslut om åtgärder.

Kursbevis

Kursbevis utfärdas på begäran.

Övrigt

Gällande regler för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Karlstads universitet reglerar studenters och anställdas skyldigheter och rättigheter.