

Kursanalys

**Relationsmarknadsföring och marknadsanalys, AI1170
HT18**

Examinationsmoment fördelade på högskolepoäng:

INL1 - Seminarieuppgift, 3,0 hp, betygsskala: P, F

NÄR1 - Närvaro, 1,5 hp, betygsskala: P, F

TEN1 - Tentamen, 3,0 hp, betygsskala: A, B, C, D, E, FX, F

Antal studenter: 45

Examinationsgrad: 77,8

Eventuella andra kommentarer kring studenternas resultat:

Läraktiviteter:

Föreläsningar

Övning

Handledning

Seminarium

Undervisande lärare: Andreas Fili

Examinator: Kent Eriksson

Svarsfrekvens på inhämtning av kursvärdering: 20% (9/45)

Sammanfattning av studenternas svar från genomförd kursvärdering inklusive eventuell formativ kursvärdering:

Studenterna var positiva till kursen som helhet, inklusive läraktiviteter. Deras arbetsinsats var låg, vilket förklarades av att parallella kurser krävde tid. Examinationens koppling till kursinnehållet kan förtydligas.

Åtgärder som genomförts efter tidigare kursanalys:

Studenterna styrs till att skriva en allt tydligare marknadsplan. Den inledande övningen är en övning i att söka information om hur en marknadsanalys går till. Det avslutande seminariet är en heldag då alla grupper ska delta och lyssna på varandra.

Ansvarig lärares sammanfattande synpunkter:

Det finns en tydlig nytta med marknadsplaneupplägget. Studenterna har olika förkunskaper och olika intresse för ämnet. Det finns utbredda missuppfattningar kring vad marknadsföring är. Eftersom det är en grundläggande kurs (en översikt över området) så upplevs innehållet som spretigt. Det avslutande seminariet i helklass har stort lärandevärde.

Förslag på eventuella förändringar av kursen.

Kurslitteraturen bör kompletteras med ett antal artiklar eller bokutdrag.

Ändra övningen till en faktisk marknadsanalys (söka empiri snarare än söka teori).