

Kursanalys

**Relationsmarknadsföring och marknadsanalys, AI1170
HT19**

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: 49

Examinationsgrad: 89,8

Eventuella andra kommentarer kring studenternas resultat:

Läraktiviteter:

Föreläsningar

Övning

Handledning

Seminarium

Undervisande lärare: Andreas Fili

Examinator: Kent Eriksson

Svarsfrekvens på inhämtning av kursvärdering: 18% (9/50)

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

Studenterna var positiva till kursen som helhet, inklusive läraktiviteter. Deras arbetsinsats var fortsatt begränsad, men samtidigt angavs att grupparbetet krävde tid.

Åtgärder som genomförts efter tidigare kursanalys:

Den inledande övningen är individuell och har ändrats till en faktisk marknadsanalys (dvs att söka empiri kring ett företag). Detta innebär att alla övar sin färdighet att söka litteratur inför examensarbetet och progressionen förstärks mellan kurserna i årskurs 3.

Kurslitteraturen har kompletterats med 8 artiklar/bokutdrag. Examinationens koppling till kursinnehållet har förtydligats från föregående år, bland annat har tentamen designats mer som en marknadsplan. Gästföreläsare från fastighetsbolag samt mäklare.

Ansvarig lärares sammanfattande synpunkter:

Det finns en tydlig nytta med marknadsplaneupplägget och att spegla det i tentautformningen. Som tidigare behöver man hantera att studenterna har mycket varierande förkunskaper och intresse för ämnet. Det avslutande seminariet i helklass har stort lärandevärde.

Förslag på eventuella förändringar av kursen.

Förtydliga informationen om upplägget ytterligare i början av kursen, och upprepa informationen på flera ställen och tidpunkter. Bjuda in ytterligare gästföreläsare.