

[FÖRMAD0] Prövningsinstruktion

Så här förbereder du dig

Läs igenom hela instruktionen och gör en planering. Vi rekommenderar dig att i god tid före det skriftliga provet starta med din rapport.

Kurslitteratur

Du kan använda valfri bok för kursen. I första hand rekommenderar vi:

- Marknadsföring, fakta- och övningsbok. Gleerups utbildning.

Så här går provningen till

Du gör först en rapport (1), sedan ett skriftligt prov (2) och därefter en muntlig presentation av rapporten (3).

1. Rapporten ska du mejla till läraren senast samma dag som du gör det skriftliga provet

Du ska skriva en rapport inom det företagsekonomiska området med fokus på ”marknadsföring”. Se sidorna 2–3 i provningsinstruktionen.

Rapporten ska du mejla till provningsansvarig lärare senast samma dag som du gör det skriftliga provet. Du hittar kontaktinformation i kurskatalogen i anslutning till kursen.

2. Skriftligt prov

Det skriftliga provet gör du vid provningsdatum. Det skriftliga provet omfattar hela kursen förutom punkt 5 i ämnets syfte, se ämnesplanen.

Hjälpmedel är inte tillåtet

Inga hjälpmedel är tillåtna vid det skriftliga provet.

3. Muntlig presentation av rapporten

Du ska muntligt presentera din rapport med hjälp av ett presentationsprogram, ex PowerPoint. Det gör du cirka två veckor efter det skriftliga provet. Läraren kallar dig. Du får vara beredd att acceptera den tid (dagtid) som läraren erbjuder dig.

Rapport i Marknadsföring

Du ska skriva en rapport inom det företagsekonomiska området med fokus på ”marknadsföring”. Din rapport kan handla om något eller några av de kunskapsområden som ryms inom kursen Marknadsföring, se Centralt innehåll i ämnesplanen och kursboken.

Omfattning

Rapporten ska vara 3–5 sidor (försättsblad ej inkluderat), teckenstorlek 12, teckensnitt Times New Roman (eller motsvarande).

Se upp med plagiering i inlämningsuppgiften

Prövningsenheten använder tjänsten Urkund för att kontrollera inlämningsuppgifter mot plagiat. [Läs om hur du kan undvika plagiat i Urkunds plagiathandboken, pdf \(Öppnas i nytt fönster\)](#).

Disposition

Du ska ha ett försättsblad med ditt namn, kursens namn och datum samt titel på arbetet.

Rapporten ska innehålla följande rubriker:

1. Inledning

Ge en kort beskrivning till hur du fick idén att arbeta med just detta! Tala om vad som väckt din nyfikenhet och ditt intresse. Varför vill du undersöka just den här saken? Är du intresserad av att i framtiden arbeta med den här frågan?

2. Frågeställning

Här ska du formulera någon eller några konkreta frågor inom problemområdet, frågor som du söker svar på. Presentera gärna dina frågor punktvis. Exempel på frågeställningar:

- Hur arbetar företag X med relationsmarknadsföring/ 4P/ kampanjer och reklam?
- Vilka kommunikationskanaler använder företag X? osv.
- Du kan också göra jämförelser mellan företag eller branscher.

3. Metod

Redogör för hur du har gått tillväga för att samla information för att besvara frågeställningen. Här ska framgå vilken typ av källor (data) du arbetat med, om du gjort intervjuer, enkäter, analyserat texter (böcker, artiklar, Internet), observerat beteende osv. OBS! Kunskapskraven i kursen kräver att du använder dig av flera källor. Det räcker alltså inte med en källa!

4. Resultat

Under denna rubrik redovisar du vad du kommit fram till med de metoder som finns beskrivna i ditt metodkapitel, dvs. det är här du besvarar dina frågeställningar.

5. Slutsats

Skriv en kort slutsats som sammanfattar resultatet och tar upp det viktigaste av din undersökning.

Du får inte komma med nya sakuppgifter i denna del. Alla ”sakförhållanden” har du tagit upp i resultatdelen.

I slutsatsen gör du ingen värdering av resultatet.

6. Källkritisk utvärdering

Du ska förhålla dig kritisk till de källor du använt. Är de objektiva eller subjektiva? Kommer alla inblandade till tals? Är de trovärdiga? Vem står bakom en viss hemsida? Vem är utgivare? Hur aktuell är uppgiften? Vad vill författaren berätta? Vad vill författaren att läsaren skall tycka? Finns det ett dolt budskap?

7. Egna reflektioner

Här kommer du med egna synpunkter, intryck eller åsikter kring resultatet eller annat som du tagit upp. Fick du de svar du förväntade dig? Stötte du på oväntade problem m.m.

8. Källförteckning

Ange de källor som du har använt dig av.