



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2008/2009

MRK 2402 Forbrukersosiologi

Studium

Bachelorstudiet i Markedskommunikasjon (2. år)

Kursansvarlig

Morten William Knudsen

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Det moderne mennesket befinner seg nærmest konstant i forbrukerrollen. Denne utviklingen kalles kommersialisering, og viser til at nye områder stadig legges under markedet. I tråd med dette har forbrukersosiologi blitt et viktig fag for å forstå forbruk som en *meningsbærende* og *meningsskapende* aktivitet. Forbruk og livsstil er bestemt av sosialt liv, og kan derfor betraktes som kulturelle ferdigheter som tilegnes gjennom sosialisering i primær- og sekundærgrupper. Gjennom forbruk skaper individet seg selv og sin identitet.

Mål

Kurset i forbrukersosiologi skal gi studentene en grunnleggende innsikt i forbrukersosiologi og livsstil.

Forkunnskaper

Det er en fordel om studentene har grunnleggende innsikt i forbrukeratferd.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Schjelderup, Gerhard og Morten William Knudsen, red. 2007. Forbrukersosiologi: makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag

Anbefalt litteratur

Annet:

Ingen

Emneoversikt

1. Forskjellen på forbrukeratferd og forbrukersosiologi
2. Forbruk sett i lys av rolleteori, sosial struktur, sosial integrasjon og sosial mobilitet
3. Forbruk sett i lys av det sosio-kulturelle; sosialisering, makt, ideologi og lagdeling
4. Trender og utviklingstrekk i marked og samfunn sett i lys av forbruk og livsstil
5. Forbrukerbilder i forbrukerteori og reklamepraksis
6. Hedonisme og utilitarisme: forbruk som lyst og nytte
7. Sosiale strukturer og makt: forbruk som subkulturell kampsport
8. Modernisme og postmodernisme: forbruk som iscenesettelse og skuespill
9. Politikk og etikk: forbruk som mening og identitet

Dataverktøy

Det benyttes ikke dataverktøy i kurset.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 36 undervisningstimer. En sentral del av kurset er at studentene skal trenes i sekundærdatainnhenting av forbruksdata. Videre vil kurset bygge på 10 cases, der studentene kan forvente at et av casene vil fungere som underlag for eksamen. Kurset krever at studentene deltar aktivt gjennom casediskusjoner.

Eksamen

Kurset avsluttes med en skriftlig hjemmeksamen (72 timer). Hjemmeksamen kan løses i grupper på 1 - 3 studenter.

Eksamenskode(r)

MRK 24021 - Hjemmeksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset MRK 2402 Forbrukersosiologi, 6 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Under punktet eksamensinformasjon i studiehåndboken på web finnes det definisjoner av hjelpemidler ved skriftlig skoleeksamen. Legg særlig merke til bruk av kalkulator.
<http://www.bi.no/studiehandbok/hjelpemidler>

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.