



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2010/2011

MRK 3566 Forbrukersosiologi og kultur

Studium

Bachelorstudiet i markedskommunikasjon (2. år)

Kursansvarlig

Institutt

Institutt for markedsføring

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset har som mål å gi studentene forståelse for forbrukersosiologi, reklame og reklameretorikk. Det vil dels si å forstå de ulike sosiologiske forklaringsmodellene for forbruk, og dels og forstå den videre kulturelle konteksten. Forbruk og reklame handler om visse former for kommunikasjon; forbruker som vil kommunisere noe om seg selv og reklamen som kommuniserer noe om forbrukers antatte verdier om seg selv. Av interesse vil det også være om politisk retorikk, ikke minst retorikk knyttet til valgkamp, bør kalles reklame. Spørsmål om hva som er reklame og ikke-reklame, er viktig for å få en dypere innsikt i fenomenet reklame enn den betydning man ofte og umiddelbart tillegger reklamen. Her vil politisk valgkampr retorikk inngå.

Det vil også bli vektlagt hvordan ulike kulturer skaper særlige utfordringer for reklamens retoriske appeller til potensielle forbrukere i ulike land med ulike kulturer. Derfor vil et globalt perspektiv, foruten et nasjonalt og/eller vestlig perspektiv, også være en del av faget, inkludert komparative analyser av reklamens ulike retoriske strategier. Siden kvinner og menn har et noe ulikt forbruksmønster, vil søkelys også rettes hen mot kjønn. Samlet vil dette kunne gi studentene viktige analyseverktøy for å forstå den kontekst enhver kommunikativ praksis inngår i, ikke minst forbrukerpraksis.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studenten skal ha kunnskap om forbrukersosiologiens forklaringsmodeller, dets idehistorie, generell sosiologisk tenkemåte og ulike perspektiver på forbruk – herunder makt, kjønn, identitet og etikk. Studenten skal tilegne seg kunnskap om ulike kulturteoretiske analysemodeller - ikke minst retorikk. Kunnskap om retorikk som overtalelse, retorikkens historie, begreper og praktiske elementer vil her være sentrale. Studenten skal også ha kunnskap om hovedtrekkene i semiotisk (tegn) og narratologisk (fortellingsteori) teori.

Ferdighetsmål

Studenten skal kunne nytte seg av forbrukersosiologien som fagområde for å kunne forstå, forklare og forutsi forbrukerens atferd og kunne ta stilling til reklame og kommunikasjon som er tilpasset ulike målgrupper med særskilt vekt på analyseverktøy for segmentering.

Studenten skal kunne nytte seg av komparativ kulturanalyse og kulturanalytiske verktøy til å analysere reklame og kommunikasjon innenfor en gitt kulturell kontekst og mellom ulike kulturelle kontekster.

Det vil bli lagt særskilt vekt på studentens evne til å kunne bruke den retoriske teorien til å bli bedre til å utforme kommunikasjon.

Holdningsmål

Studenten skal kunne selvstendig vurdere de etiske utfordringer som er knyttet til all kommunikasjon og utvise evnene til å reflektere kritisk rundt dagens forbrukerkultur.

Forkunnskaper

MRK 3414 eller MRK 2914 Markedsføring og MRK 3480 eller MRK 2980 Forbrukeratferd eller

tilsvarende forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Jørgensen, Charlotte og Lisa Villardsen, red. 2009. Retorik : teori og praksis. Frederiksberg : Samfundslitteratur

Schjelderup, Gerhard Emil og Morten W. Knudsen, red. 2007. Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Oslo : Cappelen akademisk forlag

Artikkelsamling:

Lippe, Berit von der & Knudsen, Morten William. 2010. Art.samling i MRk xx10 Forbrukersosiologi og kultur. 1.utg. Oslo: Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Introduksjon til forbrukersosiologi som fagområde – forbrukets idéhistorie, forbrukets realhistorie og introduksjon til sosiologisk tenkemåte
- Ulike perspektiver på forbruk herunder makt, identitet, kjønn og etikk
- Retorikk som god kommunikasjon med fokus på overtalelsesvirkning og etisk forsvarlighet
- Argumentasjon, sjanger, stil og retorisk kritikk
- Retorikkens historiske og praktiske aspekter som muntlig fremstilling, kroppsspråk og tekstproduksjon
- Utfyllende perspektiver på kulturanalyse som semiotikk, hermeneutikk og narratologi

Dataverktøy

Ikke påkrevd i dette kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset består av 40 timer som gjennomføres som en kombinasjon av forelesninger, gruppearbeid og tilbakemelding på innleveringsoppgaven. Gruppearbeidet består av oppgaveløsning og gruppediskusjoner med utgangspunkt i de mest relevante temaene i pensum. Gruppearbeidet foregår i og utenfor klasserommet og vil bli styrt av faglærer. Det forventes aktiv deltakelse av studentene i og mellom forelesningsøktene.

I løpet av semesteret skal studentene jobbe med to mindre oppgaver. Oppgavene er obligatorisk og skal gjennomføres i henhold til planen. Det vil bli gitt tilbakemelding i plenum etter innleveringene. Oppgavene må godkjennes for å få lov til å avlegge eksamen i kurset. Innleveringsoppgaven skal løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter.

Kurset avsluttes med en ukes fagoppgave i grupper og en individuell skoleeksamen.

Anbefalt tidsforbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltakelse i undervisning og gruppearbeid	40
Hjemmearbeid/forberedelse til forelesning	90
Arbeide med innleveringsoppgaver	30
Eksamen	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

Aktivitet	Timebruk
Forelesninger	32
Gi tilbakemelding på oppgaver (i plenum)	8
Veilede grupper	5
Sum	45

Arbeidskrav

For å kunne bestå kurset må studentene få godkjent 2 mindre innleveringsoppgaver som skal løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter. Oppgavene vil danne utgangspunktet for tilbakemelding i plenum og diskusjoner.

Eksamen

Arbeidskravet, 2 mindre innleveringsoppgaver må være godkjent for å få lov til å avlegge eksamen.

Del 1 – Fagoppgave over en uke, som løses individuelt eller i grupper på inntil 3 studenter,

som teller 40 %

Del 2 – Individuell skoleeksamen på 3 timer som teller 60%

Eksamenskode(r)

MRK 35661 Fagoppgave som teller 40 % i kurset MRK 3566, 7,5 studiepoeng

MRK 35662 Individuell eksamen som teller 60 % i kurset MRK3566, 7,5 studiepoeng

Hjelpemidler til eksamen

Fagoppgave: Alle hjelpemidler tillatt

Eksamen: Alle skriftlige hjelpemidler.

Kontinuasjon

Kontinuasjon avholdes hvert semester.

Studenter som ikke får godkjent arbeidskravet i kurset får ikke avlegge eksamen. Det vil si at de må ta hele kurset på nytt ved senere gjennomføring. Studenter som ikke får bestått på skriftlig eksamen / fagoppgaven eller som ønsker å forbedre karakteren, kan ta ny kontinuasjonseksamen ved neste gjennomføring av eksamen.

Tilleggsinformasjon