



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2014/2015

## MRK 3566 Forbrukersosiologi og kultur - KONTINUASJONSEKSAMEN

### Studium

Kontinuasjonseksamener

### Kursansvarlig

Morten William Knudsen, Berit von der Lippe

### 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 valgkampretorikk 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:

Kjeldsen, Jens. 2009. Retorikk i vår tid : en innføring i moderne retorisk teori. 2. utg. Spartacus. 396 sider

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

## 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 (Dette er ikke et krav ved kontinuasjonseksamen i 2014/15).

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         |
| <b>Anbefalt tidsbruk totalt</b>           | <b>200</b> |

### Ressursbruk

32 timer - Forelesninger

8 timer - Gi tilbakemelding på oppgaver (i plenum)

5 timer - Veilede grupper

45 timer totalt

### 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

Kurset ble undervist siste gang våren 2014, deretter tilbys kontinuasjonseksamen høsten 2014 og siste gang våren 2015.

### Tilleggsinformasjon