



ELE 3754 Marked, nettverk og makt

Studium

Valgkurs

Kursansvarlig

Tore Bakken, Peder Inge Furseth

Institutt

Institutt for innovasjon og økonomisk organisering

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Finanskrisen viste at økonomisk teori ikke kunne forutsi krisen før vi stod midt oppe i den. Realøkonomien må derfor forstås ut fra andre vinklinger enn bare de rent økonomiske, men også sosiologiske og psykologiske forhold. Dette er et kurs i hvordan bedrifters og samfunnets strukturer påvirker økonomisk virksomhet, og spesielt hvordan bedrifter påvirkes av marked, sosiale nettverk, og formelle og uformelle maktforhold. Kurset dels supplerer og dels utfordrer de forutsetningene og adferdsantagelsene som ligger til grunn for den konvensjonelle samfunnsøkonomiske forståelsen.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studentene skal tilegne seg grunnleggende begreper og kunnskaper når det gjelder hvordan markedet fungerer, hvordan nettverk blir en stadig viktigere del av økonomien, og hvordan makt fungerer i marked og nettverk.

Ferdighetsmål

Studentene skal kunne redegjøre for sentrale begreper, prosesser og teorier; hvordan disse skaper problemområder for marked, nettverk og maktforhold, samt vise hvordan problemområdene kan håndteres ved å supplere økonomisk teori med andre teorier og perspektiver om marked, nettverk og makt.

Holdningsmål

Studentene skal utvikle forståelse for at uformelle forhold og ulike adferdsantagelser enn de vi vanligvis møter i økonomisk teori har stor betydning for å forstå bedre hvordan marked, nettverk og makt fungerer. Etter gjennomført kurs skal studentene kunne stille kritiske spørsmål til anvendelse av økonomisk teori, og kunne reflektere over hvordan sentrale forutsetninger og adferdsantagelser påvirker de svarene som økonomisk teori gir.

Forkunnskaper

Ingen.

Obligatorisk litteratur

Bokutdrag:

Andersen, Svein S. og Ole Gunnar Austvik. 2001. Norge som Petroleumsland – modent for endring. I: Tranøy og Østerud, red. : Mot et globalisert Norge. Gyldendal akademisk. ss 373-404
Bauman, Zygmunt. 2007. Forbrukersamfunnet. I : Schjelderup, Gerhard E. og Morten W. Knudsen, red. : Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Cappelen akademisk forlag. ss 229-251 (22 s)
Bråten, Stein. 1998. Modellmakt og pedagogisk kunnskapsformidling på studie- og arbeidsssted. I: Kommunikasjon og samspill : fra fødsel til alderdom. Tano Aschehaug. kap. 6
Castells, Manuel. 1996. The rise of the network society. Blackwell. kap. 2 og 3
Dobbin, Frank. 2004. The Sociological View of the Economy. I: Dobbin, F.: The New economic sociology : a reader. Princeton University Press. ss 1-46
Engelstad, Fredrik. 2005. Hvordan forstår vi makt?. I: Hva er makt. Universitetsforlaget. kap. 1
Engelstad, Fredrik. 2010. Makt : konsentrasjon og fordeling. I: Frønes, Ivar og Lise Kjølørød, red. : Det Norske

samfunn. 6. utg. Gyldendal akademisk. kap. 7

Furseth, Peder Inge. 2004. Social influences on competition : a study of retailing in Norway. Unipub. Kap 7, ss 66-79 og kap 9, ss 99-112

Granovetter, M. 1993. The nature of economic relationships. Swedberg, Richard, red. : Explorations in economic sociology. Russell Sage Foundation. ss 3-41

Hernes, Gudmund. 1978. Makt, blandingsøkonomi og blandingsadministrasjon. I: Hernes, Gudmund : Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon. Universitetsforlaget. ss 11-61

Hveem, H. Heum, P. og Ruud, A. 2001. Norske selskapers transnasjonalisering og demokratiet. I: Tranøy, Bent Sofus, Øyvind Østerud, red : Mot et globalisert Norge?. Gyldendal akademisk. ss 334-373

Håkansson, Håkan ... [et al.]. 2009. Analysing business interaction. I: Business in networks. Wiley. ss 27-45

Håkansson, Håkon ... [et al.]. 2009. A jungle or a rainforest?. I: Business in networks. Wiley. ss 1-11

Tranøy, Bent Sofus. 2002. Politikk i spekulasjonens tid. I: Tranøy, Bent Sofus, Øyvind Østerud, red. : Mot et globalisert Norge. Gyldendal akademisk. ss 303-324

Weber, Max. 1971. Makt og herredømme. I: Makt og byråkrati. Gyldendal. Kap 3 og 4, ss 71-105

Artikler:

Furseth, Peder Inge. 2005. Håndtrykkenes sosiologi. Tidsskrift for samfunnsforskning. nr 4. Universitetsforlaget. s. 435-466

Granovetter, M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. American Journal of Sociology. 91 (3). ss 481-510

Håkansson, H., Olsen, P.I., Bakken, T. 2013. Agency and Economizing in interacted Economies. The IMP Journal. 7 (2). ss 106-111

Kahneman, D., Knetsch, J. L. & Thaler, R. 1986. Fairness and the Assumptions of Economics. Journal of Business. 59 (4), part 2. ss 285-300

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Marked - funksjonsmåte
- Nettverk – grunnbegrep
- Nettverk og innflytelse
- Makt – grunnbegrep
- Makt og innflytelse
- Samfunnsvariasjon og samfunnsendringer i forbindelse med marked og nettverk

Dataverktøy

Internett, div.nettsider, utvalgte podcasts

Læreprosess og tidsbruk

Studentene må være klar til å presentere i plenum minst én av oppgavene som gis på kurset, og å diskutere denne i klassen sammen med andre studenter.

Anbefalt tidsforbruk:

Aktivitet	Timebruk
Forelesninger	36
Arbeid med oppgaver	18
Forberede presentasjon i klassen av studentene	9
Lese aktuelle aviser, følge utvalgte podcasts	36
Lese pensum	101
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

36 timer - Forelesning

4 timer - Oppgaveløsning presentert av studenter

4 timer - Veilede grupper

1 time - Administrere læreprosessen

45 timer totalt

Arbeidskrav

Eksamen

Kurset avsluttes med 5 timers individuell skriftlig eksamen.

Eksamenskode(r)

ELE 37541- Skriftlig eksamen som teller 100 % for å oppnå endelig karakter i kurset ELE 3754 Marked, Nettverk og Makt - 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjon tilbys ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon