



MRK 3534 Economic Anthropology

Studium

Bachelorstudiet i internasjonal markedsføring (1. år)

Kursansvarlig

Steffen Johannessen, Gillian Warner-Søderholm

Institutt

Institutt for kommunikasjon og kultur

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk og engelsk

Innledning

Etnisk og kulturelt mangfold har kommet til å prege menneskers tilværelse de fleste steder i verden. Samtidig øker transnasjonal kommunikasjon, og fysisk avstand får på mange områder mindre betydning. En globalisert forretningsverden i stadig endring, sterkt påvirket av nye fremvoksende økonomier utenfor den vestlige verden slik som Kina, byr på nye sosiale, kulturelle, økonomiske og politiske utfordringer. Dette krever økt kjennskap til antropologiske forståelser av kultur og identitet i en globalisert økonomi.

Kurset vil gi antropologiske og sosiologiske perspektiver for å forstå og analysere kultur, identitet og sosiale relasjoner, med særlig fokus på økonomiske sider ved sosialt liv og internasjonal forretningsvirksomhet. Det vil fokusere på hvordan sosiale praksiser som handel, resiprositet, turisme, konsum og shopping bidrar til å forme, bekrefte og endre identitet, kulturell mening og sosiale relasjoner i en globalisert verden. Gjennom antropologisk teori og praksis, inkludert feltarbeid, skal studentene opparbeide seg innsikt i hvordan kulturelle verdier, normer og tradisjoner i et samfunn påvirker hvordan mennesker kommuniserer og samhandler, utveksler varer og tjenester, og forholder seg til hverandre. Studentene skal også få kjennskap til hvordan mennesker forstår seg selv og andre i et forbrukersamfunn sterkt preget av markedsføring, der suksessfull markedsføring bygger på kunnskap om målgruppers kulturelle forståelsesrammer.

Geografisk vil kurset inkludere eksempler fra ulike deler av verden, men Kina og Skandinavia utgjør kursets empiriske fokus.

Læringsmål

Kunnskapsmål

- Kjenne til antropologiske forståelser av kultur.
- Kjenne til antropologiske forståelser av identitet.
- Kjenne til antropologiske teorier om økonomisk utveksling og handel.
- Forstå hvordan vi selv preges av kulturen vi lever i, og hvordan dette påvirker vår egen forståelse av andre mennesker og steder.
- Kjenne til ulike tilnærminger til forståelse av andre kulturer, slik som kulturel relativisme og etnosentrisme.
- Kjenne til kvalitativ antropologisk forskningsmetode, og hvordan kulturell mening og praksis kan studeres ved hjelp av deltagende observasjon.
- Kjenne til sosiale og kulturelle forskjeller mellom Skandinavia og Kina, og viktigheten av dette i forhold til politikk og forretningsliv i dagens Kina.

Ferdighetsmål

- Være i stand til å forklare sentrale antropologiske og sosiologiske begreper og teorier, og kunne bruke disse begrepene og teoriene for å forstå, diskutere og analysere kultur, sub-kulturer, identitet, og ulike former for sosial interaksjon i dagens verden.
- Være i stand til å benytte kvalitative intervju- og observasjonsteknikker for å tilegne seg kunnskap om andre menneskers kulturelle forståelser og perspektiver.

Holdningsmål

- Utvikle etisk bevissthet og sensitivitet i forhold til spørsmål og situasjoner som angår inter-kulturelle møter.
- Tilegne seg anstendighet, forståelse og respekt i tilnærmingen til andre gruppers kulturelle verdier, ideer og praksiser.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Eriksen, Thomas Hylland. 2004. What is anthropology?. Pluto Press. 180 pages

Lie, Merete, Ragnhild Lund og Gard Hopsdal Hansen, eds. 2008. Making it in China. Høyskoleforlaget. 255 pages

Artikkelsamling:

Johannessen, Steffen F. (ed.). 2016. Article Collection: MRK 3534 Economic Anthropology. Handelshøyskolen BI. (Can be downloaded from Itslearning)

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Kvalitative metoder og feltarbeid
- Kultur og endring
- Antropologi og etikk
- Kulturoversettelse og kontekst
- Globalisering
- Handel og resiprositet
- Media og visuell kultur
- Turisme
- Identitet, etnisitet og nasjonalisme
- Forbruk, shopping og kulturell mening
- Innføring i skandinavisk og kinesisk kultur

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres med en kombinasjon av forelesninger, gruppearbeid og oppgaveløsning.

Studentene skal gjennom hele kurset arbeide med en prosjektoppgave. Prosjektoppgaven bygger på kvalitativ metode, og studentene må være forberedt på å utføre et kortere feltarbeid i løpet av semesteret. Prosjektoppgaven gis ved semesterstart og løses i grupper på 3-5 studenter.

Tilbakemeldinger og veiledning gis i fellesøkter i klasserom og/eller enkeltvis til gruppene. Gruppene skal levere inn prosjektskisse med forslag til tema og problemstilling tidlig i semesteret, og det kreves at studentene presenterer deler av prosjektoppgaven i plenum eller til faglærer i løpet av kursperioden.

I tillegg legges det opp til at studentene diskuterer kursets temaer i kollokviegrupper. Kollokviegruppene kan være de samme som prosjektoppgavegruppene, men kan også variere.

Anbefalt tidsbruk:

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i undervisningen	30
Arbeid med gruppeoppgave inkl. ind. gruppeveiledning	36
Selvstudium og kollokvier	130
Individuell eksamen	4
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

30 timer - Forelesninger

3 timer - Organisere grupper, organisere veiledning, tilgjengelighet overfor studentene

12 timer - Sentralt koordinert fordeling av timer til veiledning, som fortas av kursansvarlig. Studentgruppene skal ha individuell gruppeveiledning 2 ganger ifm prosjektoppgaven. Gang nr skal studentene presentere oppgaven, samt få tilbakemelding på den. Antall timer fordeles til forelesere for de ulike klassene, basert på antall grupper de veileder/ dvs antall i de ulike klassene. Det varierer mye mht studenttall ved campusene, høsten 2015 var som følger: Stavanger 32, Trondheim 57, Bergen 88 og Oslo 136. Det blir hhv 8 / 14 / 22 og 34 grupper dersom det er 4 studenter i snitt pr gruppe. Fordelingen gjøres fordi det blir skjev fordeling av timer til veileder, eller skjev fordeling av tid til studentene.

Ressursbruk 45 timer totalt pr klasse.

Eksamen

Prosjektoppgave (10 - 15 sider) i grupper på 3 - 5 studenter som teller 40% av karakteren.
Fire (4) timers individuell skriftlig eksamen som teller 60% av karakteren.

Begge eksamener må avlegges for å oppnå karakter i kurset, 7,5 studiepoeng..

Eksamenskode(r)

MRK 35341 - Prosjektoppgave som teller 40 % for å oppnå karakter i kurset MRK 3534 Economic Anthropology, 7, 5 studiepoeng.

MRK 35342 - Skriftlig eksamen som teller 60 % for å oppnå karakter i kurset MRK 3534 Economic Anthropology, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Prosjektoppgave: Alle hjelpemidler tillatt

Skriftlig eksamen: En tospråklig ordbok

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen tilbys hvert semester.

Ved kontinuasjon kan prosjektoppgaven gjennomføres i mindre grupper eller individuelt.

Tilleggsinformasjon