



EMNEBESKRIVELSE
STR3100 Strategi og markedsrett
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Markedsføring (BAM3)
2. Semester	5.semester
3. Studiepoeng	7,5 stp
4. Emneansvarlig	Førstelektor Karl Fredrik Tangen
5. Antall timer	36 timer
6. Læringsutbytte	<p>Kunnskap Kjenne til hvordan globale varestrømmer og produksjonssystemer er betingelser for det som skjer i økonomien. Kjenne til drøftinger rundt hvor fritt eller styrt markedet er og rundt forholdet mellom forbrukernes etterspørsel og makt i produksjon og distribusjonsleddene. Kjenne til spørsmål om endringer i politiske betingelser for hva som skjer i økonomien. Kjenne til spørsmål om teknologiske endringer, med særlig vekt på digitale kanalers rolle i markedet.</p> <p>Ferdigheter Studentene skal etter endt emne kunne drøfte maktforhold i markedet på forskjellige geografiske nivåer. De skal kunne reflektere rundt strategier for å lykkes i markedet. De skal se hvordan institusjoner er aktører som bruker virkemidler som bryter med bildet av et fritt marked og hvordan ny teknologi kan endre mulighetene for markedsaktører.</p> <p>Generell kompetanse Studentene skal etter endt emne ha en nyansert bilde av hva det er som ligger i begrepet ”markedet”, kunne drøfte særegenheter ved dagens marked og være i stand til å være agenter og tenke strategisk rundt makt i markedet.</p>
7. Innhold	Global kapitalisme – om oppbyggingen av markedet Handel – om varestrømmer og produksjonsland Finans – om finansøkonomiens rolle i markedet Markedsføring og forbruk – om påvirkningens makt Merkevarers makt Styring – om myndighetenes rolle Ulikhet – om skjevheter i fordeling Miljø – om markedets naturskapt begrensninger Teknologi og markedsendringer

	Salgskanaler, markedsmuligheter og målgrupper Lokale og globale målgrupper Teorien om den lange hale Massemarkedet Norsk dagligvare – pris og konkurranse
8. Gjennomføring	Undervisningen vil foregå som forelesninger, kollokviegrupper, interaktive diskusjoner basert på ulike temaer, praktiske case og inviterte gjesteforelesere. Studentene skal som en del av emnet bli kjent med et selvvalgt case der de oppfordres til å hente inn egne primærdata. Individuell hjemmeeksamen/case baseres på at studentene skal ta utgangspunkt i et selvvalgt case knyttet til markedet i Norge og bruke pensum og annen relevant litteratur til å svare på en problemstilling knyttet til caset.
9. Samfunns-/næringslivkontakt	Pensum er generelt, men undervisningen vil knyttes til konkrete eksempler fra Norge, for eksempel konkurransesituasjonen i norsk handel og de produksjonssystemene som varene som selges i Norge er en del av. Det er ambisjoner om på få gjesteforelesere med direkte erfaring fra dette og oppgaven studentene får åpner for at de skaffer seg førstehåndsinformasjon fra institusjoner i Norge.
10. Vurdering	Individuell hjemmeeksamen/prosjekt over 2-12 uker, som teller 100 % av helhetlig vurdering. Alle hjelpemidler tillatt.
11. Pensumlitteratur ¹	Anderson, Chris. 2008. <i>The long tail: Why the future of business is selling less of more</i> . New York: Hyperion. ISBN: 9781401309664. Sider: 267. Pris: 198,- Bogen, Espen. 2008. <i>Rik på lavpris: Bløffen om priser og konkurranse i norske matbutikker</i> . Oslo: Kagge Forlag. ISBN: 9788248908067. Sider: 175. Pris: 349,- Centeno, Miguel A. og Joseph N. Cohen. 2010. <i>Global capitalism: A sociological perspective</i> . Cambridge: Polity Press. ISBN: 9780745644516. Sider: 180. Pris: 229,- NOU 2011: 4. <i>Mat, makt og avmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden for mat</i> . Landbruks- og matdepartementet. Sider: 123. Lesedato 7. mai 2012: http://www.regjeringen.no/nb/dep/lmd/dok/nou-er/2011/nou-2011-4.html?id=640128

¹ Med forbehold om prisendring.

12. Anbefalt litteratur	<p>Christensen, Clayton M. [2003]. <i>The innovators dilemma: When new technologies cause great firms to fail</i>. Rev. utg. Boston, Mass.: Harvard Business School Press. ISBN: 0875845851.</p> <p>Dicken, Peter. 2011. <i>Global shift: Mapping the changing contours of the world economy</i>. 6. utg. Los Angeles: Sage. ISBN: 9781849207669.</p> <p>Jarvis, Jeff. 2009. <i>What would Google do? Reverse engineering the fastest growing company in the history of the world</i>. New York: HarperCollins. ISBN: 9780061709692.</p> <p>Lipovetsky, Gilles. 1994. <i>The empire of fashion: Dressing modern democracy</i>. Princeton, N.J.: Princeton University Press. ISBN: 0691033730.</p> <p>Diskusjonene i avisene i kjølvannet av matvareutvalgets rapport.</p>
-------------------------	---