STR405	**Samarbeid, allianser, og nettverk**	**7,5 studiepoeng**

Norsk		**Høst**

1. LÆRINGSUTBYTTE

Kurset har en sterk forankring i strategi, fokuserer på relasjoner mellom foretak, og i særdeleshet på samarbeidsrelasjoner, strategiske allianser, og nettverk. Et sentralt mål er å bidra til en balansert forståelse av begrensninger og muligheter som følger av tradisjonelle markedsløsninger og intern organisering i foretak. Mellom disse ytterpunktene finnes det mange mellomløsninger, og kurset skal bidra til en god forståelse for fordeler og ulemper ved ulike mellomformer. Sentralt i kurset er styring og ledelse av foretaksrelasjoner, og hvordan ulike mekanismer for styring kan brukes og kombineres slik at gode rammer for samarbeid kan etableres og bidra til verdiskaping. Forpliktende foretaksrelasjoner innebærer imidlertid også betydelig usikkerhet, og dette tas opp i kurset. Videre er fordeling av felles skapte verdier sentralt. For å bedre forstå interaksjon mellom foretak og utviklingsprosesser over tid tar kurset også opp forhandlingsatferd særlig knyttet til ulike former for kontrakter. Hensikten med dette er å skape god forståelse for sammenhengen mellom struktur og handling. Kurset er i stor grad relatert til dyader (topartssamarbeid), men også foretaksnettverk, sosiale nettverk, og sosial kapital er sentralt i kurset.

2. INNHOLD

Følgende tema vil bli belyst i kurset:
- Eksempler fra spillteori som illustrerer effekter av samarbeid/ikke-samarbeid mellom aktører
- Strategi og organisering av økonomiske aktiviteter utover foretakets grenser
- Ulike former for kontrakter (markedskontrakter, neoklassiske kontrakter, interne kontrakter, og relasjonskontrakter) og deres anvendelse
- Ulike mekanismer for styring av relasjoner og anvendelse og effekter av disse
- Opportunismeproblemet: former, årsaker, og håndteringsstrategier
- Forhandlinger, forhandlingsstrategier og taktikk i foretaksrelasjoner
- Nettverk og foretaket som ”innstøpt” i ulike relasjoner (embeddedness)
- Allianseportfolioer og konstellasjoner
- Sosial nettverksteori
- Sosial kapital og relasjonell kapital
- Samarbeidsprosesser og utvikling over tid

3. LÆRINGSAKTIVITETER

Undervisningen vil i hovedsak være basert på forelesninger og aktiv medvirkning fra studentene gjennom diskusjon. Som en del av studentenes egen læringsprosess vil det vurderes arbeidskrav i kurset som innebærer presentasjon av pensumlitteratur og forberedte innspill til diskusjon.

Det kan også bli aktuelt med gruppeoppgaver og gruppediskusjoner med etterfølgende presentasjon i plenum.

Det er aktuelt å kreve at studentene skal skrive egne innleveringsoppgaver i kurset. Om dette kreves vil de vurderes til bestått / ikke bestått.

Dersom det innføres arbeidskrav i kurset vil dette bli informert om på kursets første samling, og disse må være vurdert til ”bestått” før studenten kan gå opp til skriftlig eksamen.

4. FORKUNNSKAPSKRAV

Kurset er på Masternivå, og baserer seg på relevant Bachelor-utdanning eller tilsvarende.

5. DELTAGELSE

Kurset har i utgangspunktet ikke krav om pliktig oppmøte, men dersom eventuelle arbeidskrav krever tilstedeværelse er dette å forstå som ”pliktig oppmøte”.

6. VURDERING

Vurdering gjennom studietiden

Ved krav om innlevert oppgave eller presentasjon vil slike arbeidskrav vurderes med bestått / ikke bestått. Slike vurderinger vil likevel ikke telle med i sluttvurderingen / sluttkarakteren til kurset.

Avsluttende vurdering

Skriftlig eksamen, 3 timer.

Vurderingsuttrykk

Avsluttende skriftlig eksamen vurderes med karakterene A-F.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen spesielle hjelpemidler tillatt.

7. LITTERATUR

Pensum:

Robert Axelrod (1984) *The evolution of cooperation*. New York: basoc Books.

*Den øvrige kurslitteraturen nedenfor er tilgjengelig som **kompendium**.*

Thomas, K. W. 1976. Conflict and conflict management. In M. Dunette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psycology*, 889-935. Chicago: Rand McNally.

Greenhalgh, L.. 1987. Relationships in negotiations. *Negotiation Journal***,** 3: 235-243.

Anderson, James C. 1995. Relationships in business markets: Exchange episodes, value creation, and their empirical assessment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23: 346-350.

Boyle, B. F. R. Dwyer, R. A. Robicheaux and J. T. Simpson. 1992. Influence strategies in marketing channels: Measures and use in different relationship structures. *Journal of Marketing Research*, 29: 462-473.

Ganesan, S. 1993. Negotiation strategies and the nature of channel relationships. *Journal of Marketing Research***,** 30: 183-203.

Liu, Ngo, and Hon. 2006. Coercive strategy in interfirm cooperation: Mediating roles of interpersonal and interorganizational trust. *Journal of Business research*, 59: 466-474.

Iyer, Lee, and Venkatraman. 2006. Managing in a "small world ecosystem": lessons from the software sector. *California Management Review*, 48, 3: 28-47.

Fleming and Marx. 2006. Managing creativity in small worlds. *California Management review*, 48, 4: 6-27.

Larson, A. 1992. Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37: 76-104.

Uzzi, B. 1997. Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42,1:35-67.

Brass, Galaskiewicz, Greve, and Tsai. 2004. Taking stock of networks and organizations: a multilevel perspective. *Academy of Management Journal*, 47, 6: 795-817.

Coase, R. 1937. The nature of the firm. *Economica*, 4, 386-406.

Ring, P. S. and A. H. Van de Ven. 1992. Structuring cooperative relationships between organizations. *Strategic Management Journal*, 13: 483-498.

Bradach, J. L. and R. G. Eccles. 1989. Price, authority and trust: From ideal types to plural forms. *Annual Review of Sociology***,** 15: 97-118.

Stinchcombe, A. L. 1985. Contracts as hierarchical documents. In A. Stinchcombe and C. Heimer (Eds.), *Organization theory and project management*, 121-171. Bergen: Norwegian University Press.

Wathne, K. H. and J. B. Heide. 2000. Opportunism in interfirm relationships: Forms, outcomes, and solutions. *Journal of Marketing*. Vol 64, October, 36-51.

Heide, J. B. and G. John. 1992. Do norms matter in marketing relationships? *Journal of Marketing***,** 56: 32-44.

Zaheer, A. , B. McEviliy & V. Perrone. 1998. Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization Science*, March-April: 141-159.

Zaheer, A., Venkatraman, N. 1995. Relational governance as an interorganizational strategy: An empirical test of the role of trust in economic change. *Strategic Management Journal*, 16(5):373-392.

Poppo, L. and T. Zenger. 2002. Do formal contracts and relational governance function as substitutes or complements? *Strategic Management Journal*. 23: 707-725.

Ariño, A. 2001. To do or not to do? Noncooperative behavior by commissions and omission in interfirm ventures. *Group and Organization Management*. 26,1: 4-23.

Rokkan, A. I., J. B. Heide and K. Wathne. 2003. Specific investments in marketing relationships: Expropriation and bonding effects. *Journal of Marketing Research*. XL, 2: 210-224.

Coleman. 1988. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, Supplement: S95-S120.

Adler, P. S. and S-W. Kwon. 2002. Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27,1: 17-40.

Nahapiet, J. and S. Ghoshal. 1998. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23,2: 242-266.

Yli-Renko, H., E. Autio and H. J. Sapienza. 2001. Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal*. 22: 587-613.

Kale, P., H. Singh and H. Perlmutter. 2000. Learning and protection of proprietary assets in strategic alliances: Building relational capital. *Strategic Management Journal*, 21: 217-237.

Sarkar, M. B., R. Echambadi, S. T. Cavusgil and P. S. Aulakh. 2001. The influence of complementarity, compatibility, and relationship capital on alliance performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29, 4: 358-373.

Ring, P. S. and A. H. Van de Ven. 1994. Developmental processes of cooperative interorganizational relationships. *Academy of Management Review*, 19: 90-118.

Ness, H. and S.A. Haugland. The evolution of governance mechanisms and negotiation strategies in fixed-duration inter-firm relationships. *Journal of Business Research*, 58, 9: 1226-1239.

Lui and Ngo. 2005. An action pattern model of inter-firm cooperation. *Journal of Management Studies*, 42, 6: 1123-1153.

Human, S. E. and K. G. Provan. 1997. An emergent theory of structure and outcomes in small-firm strategic manufacturing networks. *Academy of Management Journal*, 40: 368-403.

Det tas forbehold om endringer i kurslitteraturen frem til kursstart.