

Forslag til nytt pensum SGO1001:

Broch, O.J. & A. Førde (red.) (2010): *Innovative bygdemiljø. Ildsjeler og nyskapingsarbeid*. Fagbokforlaget, Bergen. 1-80. 80 sider.

Bråtå, H.O. & M. Lerfald. 2011. G 35 i et innovasjonsperspektiv. REF? 17 sider.

Daniels, P., Bradshaw, M., Shaw, D. og Sidaway, J. (2008): *An introduction to Human Geography. Issues for the 21st Century*. Tredje utgave. Prentice Hall, London, følgende kapitler: Introduction, kap. 1-8, 11 og kap. 13-21. 389 sider.

*Hagen, S. E. & T. Haraldsen. 2009. Kultur og opplevelsesnæringene i Innlandet, red Johnstad, T. & A. Hauge (red.) Samhandling og innovasjon. Aktører, systemer og initiativ i Innlandet. Oplandske bokforlag, s. 325-360. 35s

Hall, T. (2006): *Urban geography*. Taylor & Francis, London, Følgende kapitler: 2, 4, 7 og 9. 95 sider.

@Humphrey, J. (2007): The supermarket revolution in developing countries: tidal wave or tough competitive struggle? *Journal of Economic Geography, Vol. 7, No. 4*. 433-450. 17 sider

*Kjelstadli, K. (1996): "Den delte byen. Sosiogeografiens historie i Oslo". Plan, nr. 3, s. 5-12. 8 sider.

*Lysgård, H. K. (2004): "Region i forskning, politikk og hverdagsliv". I: Berg, N. G. et al (red.) *Mennesker, steder og regional utvikling*. Tapir Akademisk Forlag, Trondheim, s. 27-38. 12 sider.

*Onsager, K. (2004): "Østfolds småbyregioner i omstilling - mellom egenbasert, Oslo-dominert og transregional utvikling". Plan, nr. 2, s. 42-45. 4 sider.

*Rasmussen, T. F. (2007): "Klima- og energipolitiske utfordringer i lokalpolitikken". Plan, nr. 3-4, s. 40-45. 6 sider.

*Røe, P. G. (2010): "Hvordan forstå et sted? Om en sosiokulturell stedsanalyse." I: Album et al (red). Metodene våre. Eksempler fra samfunnsvitenskapelig forskning. Universitetsforlaget, Oslo. 303-319. 18 sider.

*Sæther, B. 2008. Landbruksbasert næringsmiddelinndustri - en distriktsnæring under press. I Isaksen, A., Karlsen, A. og Sæther, B. (red.). Innovasjoner i norske næringer - et geografisk perspektiv. Fagbokforlaget, Bergen. 144-160. 16 sider.