



# Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

## Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för musik och bild

1MU811 Företagsekonomi för musikproducenter, 7,5 högskolepoäng

Business Administration for Music Producers, 7.5 credits

### Huvudområde

Musik

### Ämnesgrupp

Musik

### Nivå

Grundnivå

### Fördjupning

G1N

### Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2013-05-22

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2013

### Förkunskaper

Godkända 45 hp från termin 1, 2 och 3 inom Musikproduktionsprogrammet 180hp.

### Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- på en grundläggande nivå redogöra för musikindustrins villkor för eget företagande;
- redogöra för grundläggande begrepp inom ämnet företagsekonomi i allmänhet samt deras tillämpning på musikindustrin i synnerhet;
- redogöra för olika modeller och tillämpningar inom delområdet produktkalkylering med särskild inriktning mot musikindustrin;
- lokalisera olika modeller och tillämpningar inom marknadsföring anpassat efter marknadsförhållandena inom musikindustrin;
- utföra enkel ekonomisk planering och administration inom sin egen verksamhet;
- problematisera kreativitetens roll i entreprenörskapets imitativa och innovativa processer;
- göra en enklare omvärldsanalys för att kunna identifiera villkor, hot och möjligheter i det egna företagandet.

### Innehåll

Kursen innehåller följande moment:

- planering
- organisation
- kalkylering

- marknadsföring ur ett musikproduktionsperspektiv

Kursen introducerar studenten i musikindustrins breda affärsområden och möjligheter. Här ingår grundläggande teorier, begrepp och modeller av entreprenörskap inom den komplexa musikindustrin. Ett fokus är arbetet med processen från affärsidé till slutligt företag. Här ingår också affärsplan, branschspecifika regler och ekonomiska villkor. Kursen innehåller även en omvärldsanalys av musikindustrin ur ett mångfaldsperspektiv.

### Undervisningsformer

Studierna bedrivs som en kombination av litteraturstudier, föreläsningar, seminarier och praktikfall.

### Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

För betyget godkänd ska de förväntade studieresultaten vara uppnådda. Examination sker i form av projekt- eller affärsplan samt skriftliga inlämningsuppgifter. Omtentamen erbjuds inom sex veckor (inom ramen för ordinarie terminstid).

### Kursvärdering

Efter avslutad kurs genomförs kursutvärdering som sammanställs och återkopplas till studenterna samt arkiveras enligt institutionens bestämmelser.

### Övrigt

Eventuella merkostnader i samband med uppgifter eller dylikt bekostas av den enskilde studenten.

### Kurslitteratur och övriga läromedel

#### **Obligatorisk litteratur**

Skärvad, Per-Hugo & Olsson, Jan, *Företagsekonomi 100 fakta*, Liber, 488 s. ISBN: 9789147099092, senaste upplagan

#### **Referenslitteratur**

Lundén, B, *Kulturarbetarboken*, Lundén Information, 243 s. ISBN: 9789170278198

Parment, A, *Marknadsföring - kort och gott*, Liber, 224 s. ISBN: 9789147089154