



Kursplan

Fakulteten för konst och humaniora

Institutionen för kulturvetenskaper

1KU070 Kulturell ekonomi, regional utveckling och entreprenörskap,
7,5 högskolepoäng

Cultural Economy, Regional Development and Entrepreneurship, 7.5
credits

Ämnesgrupp

Kulturvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1N

Fastställande

Fastställd av Fakulteten för konst och humaniora 2014-05-26

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2015

Förkunskaper

INGET VÄRDE ANGIVET

Mål

Efter avslutad kurs ska studenten kunna:

- redovisa och diskutera vetenskapliga perspektiv på kulturell ekonomi, regional utveckling och entreprenörskap,
- kritiskt analysera och värdera kulturarvets roll i relation till kulturell ekonomi, regional utveckling och entreprenörskap,
- självständigt formulera och på vetenskaplig grund lösa problem kopplade till kulturarv, kulturell ekonomi och regional utveckling.

Innehåll

Kursen handlar om kulturarvets och kulturarvssektorns roller inom den kulturella ekonomin och i perspektiv av regional utveckling. Kulturell ekonomi betyder att kultur laddas med ekonomiska värden och ekonomin får ett större inflytande över kultur, samtidigt som kommersiella produkter alltmer laddas med kulturella värden. Det är därför viktigt att kritiskt analysera dessa processer och de risker som finns i en regional utveckling där kultur och ekonomi alltmer flätas samman. Kursen presenterar och diskuterar kritiskt de historiska och pågående förändringarna från industrisamhälle, till tjänstesamhälle, till upplevelsesamhälle, som har inflytande på trender i samhället, kultur och arbetslivet. Kursen ger även en introduktion till entreprenörskapets betydelse för kulturarvets utveckling. En kulturarvsplats i sydöstra Sverige används som fallstudie och mål för fältstudier, samt för ett antal problemorienterade workshops.

Alla seminarier och workshops är obligatoriska.

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar, seminarier, fältstudier och workshops.

Examinationsformer

Kursen bedöms med betygen Underkänd, Godkänd eller Väl godkänd.

Examination sker genom skriftliga inlämningsuppgifter samt hemtentamen.

Studenter som ej godkänts vid ordinarie examination ges möjlighet till omexamination i enlighet med universitetets lokala regler.

Kursvärdering

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

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Amin, Ash & Nigel Thrift, red. (2004). *The Blackwell Cultural Economy Reader*. Oxford: Blackwell Publishing. Valda delar, ca. 200 s. ISBN 0-631-23428-4.

Aronsson, Lars, Jonas Bjälesjö & Susanne Johansson red. (2007). *Kulturell ekonomi: skapandet av värden, platser och identiteter i upplevelsesamhället*. Lund: Studentlitteratur. 300 s. ISBN 9789144029887.

Licciardi, Guido; Amirtahmasebi, Rana (2012) *The economics of uniqueness: investing in historic city cores and cultural heritage assets for sustainable development*. Urban development series. Washington, DC: World Bank. Kap. 3-5 (s. 45-142). ISBN 9780821396506. Tillgänglig på documents.worldbank.org/curated/en/2012/01/16800229/economics-uniqueness-investing-historic-city-cores-cultural-heritage-assets-sustainable-development

Lindeborg, Lisbeth & Lars Lindqvist, red. (2010) *Kulturens kraft för regional utveckling*. Stockholm: SNS Förlag. 460 s. ISBN 978-91-86203-43-6.

Plats, drivkraft, samhällsprocess. Vad gör kulturarvet till en resurs för hållbar regional utveckling? Rapport från Riksantikvarieämbetet 2003:7. Stockholm. 70 s. ISBN 91-7209-337-4. Tillgänglig på www.raa.se/publicerat/9172093374.pdf

Artiklar ur vetenskapliga tidskrifter, ca 200 sidor.

Referenslitteratur

Ayata, Binnaz red. (2007). *Kulturekonomi: konsten att fånga osynliga värden* Lund: Studentlitteratur. 375 s. ISBN 978-91-44-04698-3.

Du Gay, Paul & Michael Pryke (2002). *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*. London: Sage. 250 s. ISBN 0-7619-5992-0.

Pine, Joseph & James Gilmore (1999). *The Experience Economy: work is theatre & every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School. 270 s. ISBN 0-87584-819-2.

Strömberg, Per (2007). *Upplevelseindustrins turistmiljöer: visuella berättarstrategier i svenska turistanläggningar 1985-2005*. Uppsala: Konstvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet. 362 s. ISBN 978-91-628-6974-8.