



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

1MM605 Den internationella musikindustrin i ett nationellt perspektiv, 7,5 högskolepoäng

1MM605 The international music business from national perspective, 7.5 credits

Ämnesgrupp

Övrigt inom samhällsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2020-06-24

Senast reviderad 2022-12-05 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet. Kursplanen gäller från och med vårterminen 2023

Förkunskaper

Music & Event Management I - Branschintroduction 15 hp eller motsvarande; samt Engelska B/Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- tillämpa teori om och redogöra för globala och lokala processer i musikbranschen
- beskriva och reflektera över musikindustriella territorier och marknader internationellt och nationellt.
- beskriva och reflektera över affärspraktiker i den internationella musikindustrin från ett nationellt perspektiv
- förstå lokala och globala perspektiv vid analys av musik som populärkulturellt fenomen

Innehåll

Kursen innehåller:

- Globala och lokala processer ur ett teoretiskt perspektiv

- Musik- och evenemangsbranschens territorier och marknader
- Musikbranschens globala framväxt ur ett historiskt perspektiv
- Internationella musikgenrers framväxt och territoriella variationer
- Digitaliseringens inverkan på den internationella musik- och evenemangsbranschen

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier samt löpande gruppdiskussioner och presentationer.

Aktivt deltagande krävs vid gruppdiskussioner och seminarier där uppgifter behandlas och presenteras.

Datum för obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Examinationen sker genom inlämningsuppgifter och presentationer.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kurs-/delkursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärderingen ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Övrigt

I de fall undervisningsspråket i kursen ges på engelska kommer även examinationer ges på engelska.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Berggren, C. & Bruhlin, G. Klistriga kluster eller globala glidare? Den lokala dynamikens paradoxala betydelse i den globaliserade ekonomin. Stockholm: Nutek. B2002:2. 60 sidor.

IFPI. Global Music Report: state of the industry. Senast tillgängliga upplagan. Cirka 50 sidor.

Murphy, G. Cowboys and Indies – The epic history of the record industry. London: Serpent's Tail. Cirka 400 sidor

Vetenskapliga artiklar och övrigt material, cirka 150 sidor

Referenslitteratur

Burnett, R. (2002). The Global Jukebox – the international music industry. London: Routledge.

Connell, J. & Gibson, C. (2003). Sound tracks: Popular music, identity and place. London: Routledge.

Lathrop, T. (2013). This business of global music marketing. New York: Watson-Guptill Publications