



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för organisation och entreprenörskap

1MM716 Music & Event Management II - Fältarbete, teori i praktisk tillämpning, 15 högskolepoäng

Music & Event Management II - Internship, 15 credits

Ämnesgrupp

Övrigt inom samhällsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2014-12-11

Senast reviderad 2016-10-10 av Ekonomihögskolan. Justering av stavfel i titel, från Musik & Event Management till Music & Event Management.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2015

Förkunskaper

Music & Event Management 1-30 hp eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- genom fältarbete i form av teoretiska studier och praktik på ett företag/organisation förstå och analysera den arbetsprocess där musik skapas, produceras, gestaltas, distribueras, medieras och konsumeras
- redogöra för och förstå musikindustrin och dess aktörer genom en fördjupad och specialiserad inriktning i ett antal fältarbetsrapporter
- förstå arbetsmetoderna och tillämpa sina kunskaper på fältet samt genom ett antal fältarbetsrapporter sammanställa och analysera ett empiriskt material
- övergripande förstå aktuella teoretiska forskningsdiskussioner inom relevanta ämnesområden. Därvidlag ges en ökad förtrogenhet med det aktuella forskningsläget och fördjupad kunskap inom en vidare vetenskaplig och empirisk kontext där populärmusik utgör utgångspunkten

Innehåll

Kursen består av praktik på företag, organisationer eller liknande inom för utbildningen relevanta områden. Studenten är själv ansvarig för att hitta en lämplig praktikplats som godkänns av kursens examinator. Denna praktik kombineras med teoretiska litteraturstudier inom samhällsvetenskapliga och humanistiska ämnesområden och forskningsfält samt författandet av tre fältarbetsrapporter där erfarenheterna från praktiken utgör det empiriska underlaget

Detta fältarbete och material sammanställs och analyseras därefter i återkommande rapporter och genom dialog med handledaren.

Undervisningsformer

Undervisningen består av enskilda litteraturstudier och materialinsamling med handledning, huvudsakligen i form av feedback och bedömning av fältarbetsrapporter. Studenten väljer litteratur från litteraturlistan och/eller jämförbar litteratur i samråd med examinator. Litteraturstudierna utmynnar i en relevant problemformulering och syfte som ligger till grund för fältarbetet och rapportskrivandet.

Fältarbetet kan genomföras såväl i Sverige som i annat land.

Fältarbetets insikter och erfarenheter skall dokumenteras, analyseras och reflekteras utifrån den teoretiska litteraturen problemformulering och syfte samt innefatta en redovisning av hur den ursprungliga problemställningen har lösts. Kontinuerlig dialog med kursens examinator på Ekonomihögskolan skall hållas under hela fältarbetet, vilket innebär avrapportering i form av två skriftliga delrapporter och en slutrapport. De teoretiska litteraturstudierna ger tillsammans med uppsatsskrivandet 15 högskolepoäng på Företagsekonomi II-nivå.

Examination

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

Examinationen sker genom sammanställning av 2 delrapporter och en slutrapport.

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.

Efter varje ordinarie examinationstillfälle följer minst en förnyad examination i nära anslutning till den tidpunkt resultatet av den ordinarie examinationen meddelats. Vid skriftlig tentamen ges totalt minst fem tillfällen att tentera för den kursplan till vilken studenten antagits. Vanligtvis ges tre tillfällen per läsår. Studenter som fått underkänt på rapporter kan komplettera efter examinatorns anvisningar för att uppnå godkänt resultat.

Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning av betyg på enskilda examinationsmoment till slutligt kursbetyg sker.

Kursvärdering

Kursvärdering sker löpande under kursens gång genom samtal med studenterna och praktikplatserna i syfte att säkerställa kontinuerlig kvalitetsutveckling.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet. Överlappar kursen: 1MM715.

Övrigt

Eventuella merkostnader med anledning av fältarbetet bekostas av den studerande. Obligatoriska moment framgår av schemat.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Litteratur väljs ut i samråd med och godkänns av examinator. Minst två titlar/böcker väljs ur litteraturlistan. Därutöver tillkommer litteratur som är beroende av fältarbetets inriktning.

Berg, P-O., Linde-Laursen, A. & Löfgren, O. *Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad – Regionbyggare i evenemangsbranschen*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan, 266 sidor.

Blush, S. & Petros, G. *American Hardcore: A Tribal History*. Feral House. Senaste

upplagan, 352 sidor.

Brackett, D. *Interpreting Popular Music*. University of California Press. Senaste upplagan, 256 sidor.

Cloonan, M. & Garofalo, R. *Policing Pop*. Temple University Press. Senaste upplagan, 241 sidor.

Collins, J. *The Story of Chess Records*. London: Blomsburg Publ. Senaste upplagan, 192 sidor.

Ehrlich, D. *Inside the Music – Conversations with Contemporary Musicians about Spirituality, Creativity and Consciousness*. Boston: Shambhala Publications Inc. Senaste upplagan, 240 sidor.

Frith, S. *Performing Rites: Evaluating Popular Music*. Oxford: Oxford University Press. Senaste upplagan, 278 sidor.

Frith, S., Straw, W. & Street, J. *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: Cambridge University Press. Senaste upplagan, 324 sidor.

Gillett C. *Making Tracks – Atlantic Records and the Growth of a Multi-Billion-Dollar Industry*. St.Albans. Herb. Senaste upplagan, 238 sidor.

Heylin, C. *Bootleg – The Secret History of the Other Recording Industry*. New York: St. Martin's Griffin. Senaste upplagan, 448 sidor.

Horner, B. & Swiss, T. *Key Terms in Popular Music and Culture*. New York: Blackwell. Senaste upplagan, 272 sidor.

Jones, S. (Red.). *Pop Music and the Press*. Temple University Press. Senaste upplagan, 296 sidor.

Kennedy, R. & McNutt, R. *Little Labels – Big Sounds: Small Record Companies and the Rise of American Music*. Bloomington: Indiana University Press. Senaste upplagan, 224 sidor.

Lathrop, T. & Pettigrew, J. *This Business of Music Marketing and Promotion*. Billboard Books. Senaste upplagan, 308 sidor.

Moore, A. F. (Red.). *Analyzing Popular Music*. Cambridge University Press. Senaste upplagan, 288 sidor.

Pine, J. B. & Gilmore, J. H. *The Experience Economy – Work is Theater & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press. Senaste upplagan, 256 sidor.

Robinson, D., Buck, E. & Cuthbert, M. *Music at the Margins – Popular Music and Global Cultural Diversity*. Newbury Park: Sage. Senaste upplagan, 312 sidor.

Shuker, R. *Key Concepts in Popular Music*. London: Routledge. Senaste upplagan, 344 sidor.

Smith, S. E. *Dancing in the Street – Motown and the Cultural Politics of Detroit*. Cambridge: Harvard University Press. Senaste upplagan, 336 sidor.

Taylor, T. *Strange Sounds: Music, Technology and Culture*. Routledge. Senaste upplagan, 278 sidor.

Theberge, P. *Any Sound You Can Imagine: Making Music/Consuming Technology*. Wesleyan University Press. Senaste upplagan, 304 sidor.

Trondman, M. *Kultursociologi i praktiken*. Lund: Studentlitteratur. Senaste upplagan, 471 sidor.