



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för marknadsföring och turismvetenskap

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

1MM716 Music & Event Management II - Internship, 15 credits

Ämnesgrupp

Övrigt inom samhällsvetenskap

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2014-12-11

Senast reviderad 2023-01-23 av Ekonomihögskolan. Ändrad institutionstillhörighet och standardtexter.

Kursplanen gäller från och med höstterminen 2023

Förkunskaper

Music & Event Management 1-30 hp eller motsvarande. Engelska 6, 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 innehåller:

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.

Kursen examineras genom examinationen sker genom sammanställning av 2 delrapporter och en slutrapport 15 hp.

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.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Examinator kan undantagsvis bestämma att en student som ligger nära gränsen för godkänt betyg får utföra kompletterande uppgifter för att nå upp till betyget godkänd.

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 kursvärdering ska skyndsamt återkopplas till de studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs i regel anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i examen med annan kurs, vars innehåll helt eller delvis överensstämmer med innehållet: IMM715 med 15 hp.

Övrigt

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

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

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 upplaga, 266 sidor.

Blush, S. & Petros, G. *American Hardcore: A Tribal History*. Feral House. Senaste upplaga, 352 sidor.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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