



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2007/2008

KLS 2701 Kulturbransjekunnskap II - Musikk

Studium

Bachelorstudiet i Kultur og ledelse (2. år)

Kursansvarlig

Tine Solvang

Institutt

Kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

6

Undervisningsspråk

Norsk

Musikkbransjen er en ung bransje som er sterkt knyttet til populærmusikken som sjanger. Populærmusikk står for storparten av bransjens omsetning. De fire majoreselskapene Universal, Warner, Sony BMG og EMI representerer omkring 80 % av det totale markedet for innspilt musikk. De mange små og mellomstore plateselskapene kalles "indies" og jobber på en annen måte enn majorselskapene. Innspilt musikk har tradisjonelt blitt distribuert gjennom radio og platebutikker, men den teknologiske utviklingen har gitt bransjen nye muligheter og utfordringer. Bransjen er preget av dårlige kulturpolitiske rammevilkår.

Mål

Målet med kurset er å gi studentene en forståelse av hvordan musikkbransjen fungerer, samt å gi studentene evnen til å analysere problemstillinger i bransjen. Etter endt studium skal studentene kunne fungere som markedsførere eller leder i musikkbransjen, eller som kompetente representanter for bransjens samarbeidspartnere.

Forkunnskaper

Det er ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Dalchow, Jørn. 2004. Hjelp, jeg er i popbransjen!. Oslo: Norsk musikkråd. Utvalgte sider.
Jostein Gripsrud, red. 2002. Populærmusikken i kulturpolitikken. Oslo : Norsk kulturråd.
Utvalgte kapitler

Artikkelsamling:

Tine Solvang (red.). 2007. Artikkelsamling KLS 2501 Kulturbransjekunnskap II - Musikk

Anbefalt litteratur

Bøker:

Barrow, Tony and Julian Newby. 1995. Inside the music business. London : Routledge
Gripsrud, Jostein, red. 2002. Populærmusikken i kulturpolitikken. Oslo: Norsk kulturråd. Det som ikke er oppført under obligatorisk litteratur.
Gronow, Pekka and Ilpo Saunio. 1998. An international history of the recording industry. London : Cassell
Kusek, David and Gerd Leonhard. 2005. The future of music. Boston : Berklee Press
Langdalen, Jørgen. 2002. Musikkliv og musikkpolitikk : en utredning om musikkensembelene i Norge. Oslo: Norsk kulturråd
Shuker, Roy. 2001. Understanding popular music. 2nd ed. London : Routledge
Wall, Tim. 2003. Studying popular music culture. London : Arnold

Emneoversikt

Majors – indies
Opphavsrettens rolle i musikkbransjen
Radioens rolle i bransjen
Vederlagsordninger

Teknologiske muligheter og utfordringer
Salg gjennom butikk
Kulturpolitiske rammevilkår
Bransjens historie
Plateselskapet
Artisten
Distribusjon og salg
Bransjens organiseringsformer

Dataverktøy

Dataverktøy benyttes ikke i dette kurset.

Gjennomføring

Kurset gjennomføres med 36 timer forelesninger. En del av undervisningen vil være foredrag av representanter fra musikkbransjen som vil gi studentene innsikt i hvordan det faktisk fungerer i bransjen. Det anbefales å jobbe med pensumlitteraturen i kollokviegrupper.

Eksamen

To timers individuell skriftlig eksamen i midten av semesteret, som teller 30%. En prosjektoppgave som gjennomføres over hele semesteret. Besvarelsen kan løses individuelt eller i grupper på inntil tre studenter, og teller 70%.

Eksamenskode(r)

KLS 27011 - Skriftlig eksamen som teller 30 % for å få karakter i KLS 2701
Kulturbransjekunnskap II - Musikk
KLS 27012 - Prosjektoppgave som teller 70 % for å få karakter i KLS 2701
Kulturbransjekunnskap II - Musikk.

Hjelpemidler til eksamen

Ingen hjelpemidler ved skriftlig eksamen
Alle hjelpemidler ved prosjektoppgave.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.