



KLS 3636 Musikkbransjen

Studium

Bachelorstudiet i kultur og ledelse (3. år)

Kursansvarlig

Audun Molde

Institutt

Institutt for kommunikasjon - kultur og språk

Semester

Vår

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Musikkbransjen er en dynamisk bransje i skjæringspunktet mellom langsiktighet og rask endring, mellom åndsverk og teknologi, mellom idealisme og forretningsdrift, mellom kunst og kapital. Bransjen er sammensatt av en rekke små og store aktører, og det er en bransje med store utfordringer og behov for omstilling og utvikling. Kurset vil gi en oversikt over bransjens egenart og struktur fra en rekke ulike perspektiver og innfallsvinkler som økonomi, estetikk, organisering og teknologi. Kurset er avgrenset til i hovedsak å omhandle populærmusikken.

Læringsmål

Kunnskapsmål

Studenten skal tilegne seg kunnskap om musikkbransjens egenart og organisering, samt kjenne til og forstå bransjens ulike aktører, modeller for verdiskapning, rammevilkår og historie.

Ferdighetsmål

Studenten skal kunne redegjøre for musikkbransjens egenart og organisering. Studenten skal videre kunne gjennomføre grunnleggende analyser av musikkbransjens organisatoriske og markedsmessige utfordringer, samt utarbeide bransjescenarioer.

Holdningsmål

Studenten skal kunne foreta selvstendige vurderinger av musikkbransjen utfra både kunstneriske og kommersielle perspektiver og forstå samspillet mellom ulike synsvinkler, samt de dilemmaer som naturlig følger. Dette krever at studenten har opparbeidet seg respekt og toleranse for flere perspektiver.

Forkunnskaper

Det er ingen spesielle krav til forkunnskaper.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Dalchow, Jørn. 2004. Hjelp, jeg er i popbransjen!. Norsk musikkråd
Shuker, Roy. 2012. Understanding popular music culture. 4th ed. Routledge

Artikkelsamling:

Molde, Audun (red.). 2012. Artikkelsamling til Musikkbransjen. Handelshøyskolen BI

Anbefalt litteratur

Bøker:

Blokhus, Yngve og Audun Molde. 2004. Wow! : populærmusikkens historie. 2. utg. Universitetsforlaget
Gripsrud, Jostein, red. 2002. Populærmusikken i kulturpolitikken. Norsk kulturråd. Utvalgte kapitler
Passman, Donald S. 2011. All you need to know about the music business. 7th ed. Penguin

books

Aas, Mikkel. 2007. Spilletid : norsk platebransjes historie i 100 år. Macta forlag

Annet:

Nettsteder: www.ballade.no (norsk bransjenettsted)

Emneoversikt

- Historiske, teknologiske og estetiske perspektiver (norsk, britisk og amerikansk musikkbransje)
- Bransjens struktur, egenart og organisasjoner
- Verdikjedene, de ulike aktørene
- Produksjon av populærmusikk: Produsenten, opphaveren, utøveren, støtteapparatet
- Distribusjon, salg og konsum av populærmusikk: fysiske og digitale kanaler, markedsføringsstrategier, forbrukeradferd
- Platebransjen og de ulike selskapsstrukturene
- Konsertmarkedet
- Management
- Kulturpolitiske og økonomiske rammevilkår
- Medienes rolle i musikkbransjen
- Musikkbransjens relasjoner til andre bransjer

Dataverktøy

Det benyttes ingen spesielle dataverktøy i kurset.

Læreprosess og tidsbruk

Kurset gjennomføres ved hjelp av forelesninger, casearbeid i grupper og casefremlegging i klasse. Det vil bli gitt 36 timer undervisning i kursets emner, og 9 timer vil benyttes til studentenes casefremlegg og diskusjon av disse. Kurset inneholder også besøk fra bransjeaktører og -organisasjoner.

Aktivitet	Timebruk
Deltagelse i forelesning I - Forelesninger	36
Deltagelse i forelesning II - Casefremlegg	9
Foreberedelse til undervisning / selvstudium	85
Caseoppgave	30
Eksamen	40
Anbefalt tidsbruk totalt	200

Ressursbruk

45 timer undervisning/forelesning.

Eksamen

En ukes individuell fagoppgave, som teller 100 prosent av karakteren.

Eksamenskode(r)

KLS 36361- Fagoppgave, som teller 100 % av karakteren i kurset KLS 3636 Musikkbransjen, 7,5 studiepoeng.

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Kontinuasjonseksamen avholdes ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon