



Studieplan 2010/2011

Bachelor i Music Management

Studiepoeng: 180

Studiets varighet, omfang og nivå

Studiet består av 180 studiepoeng og er normert til tre år som heltids grunnutdanning. Fullført studium gir rett til bachelorgrad med tittelen Bachelor i Music Management.

Innledning

Music Management, ledelsesfag for musikkindustrien, er et treårig studium for framtidige ledere og entreprenører i musikkbransjen. Bachelor i Music Management er orientert mot hele verdisystemet; live, innspilt musikk og forlag, inklusive samspillet med andre kulturindustrielle sektorer og aktører. Musikkbransjen er i endring, og det er et mål at kandidater fra studiet skal være kompetente i å forstå bransjens dynamikk og kunne bidra til god forretningsmessig utvikling innenfor bransjen.

Læringsutbytte

Studentene skal gjennom studiet ha tilegnet seg kunnskap om musikkbransjen og bransjens samspill med andre bransjer, i tillegg til rene økonomiskadministrative kunnskaper og ferdigheter. Sentrale læringsmål og emner som dekkes av studiet er:

- Bransjens oppbygging og virkemåte
- Bransjens utvikling med særlig fokus på digitalisering av distribusjon og promotering
- Funksjoner og prosesser i sentrale foretak i bransjen (plateselskap, musikkforlag, managements, liveforetak, booking, distribusjonsforetak m.m.)
- Opphavsrett og kontrakter
- Musikk som kommunikativt produkt
- Tradisjonell markedsføring, e-marketing og strategisk metode
- Internasjonalisering
- Ledelse av komplekse, kreative prosesser og organisasjoner
- Planlegging og ledelse av konserter og events
- Bransjens økonomiske utvikling
- Planlegging og styring av bedrifters økonomi

Læringsmålene reflekterer det å kunne jobbe på forretnings siden av musikkbransjen.

Målgruppe

Målgruppen er personer med erfaring fra og/eller interesse for ledelse og populærmusikk som bransje.

Kompetanse



Bachelorstudiet skal utdanne framtidens ledere og entreprenører innen norsk og internasjonal musikkbransje. Uteksaminerte kandidater vil ha helhetlige ferdigheter i å kunne generere, implementere og lede komplekse musikkindustrielle prosjekter. De vil være kvalifiserte for et bredt utvalg jobber innen musikkbransjen, både for kommersielle aktører, institusjoner og organisasjoner. Kandidatene vil videre ha kompetanse for bedriftsetablering. Typiske jobber for kandidater fra Music Management vil være artistmanager, arrangør, booker, produksjef, jobber innen marketing og promotion i alle typer musikkselskaper, business developer, prosjektleder m.m.

Opptakskrav fritekst

Undervisnings- og læringsformer

Undervisningen vil vekse mellom forelesninger, praktiske øvelser individuelt og i grupper, prosjektarbeid, veiledning, plenumspresentasjoner og selvstudium. Eventuelt obligatorisk oppmøte angis i hver emnebeskrivelse.

Vurderingsformer

Det er lagt opp til at vurderingsformene som benyttes i studiet er varierte; mappevurdering med innleveringer av både teoretiske oppgaver og praktiske øvelser, skriftlige og muntlige eksamener. Studiet består av enkeltemner og de ulike vurderingsformene framgår av den enkelte emnebeskrivelse. Dersom ikke annet er oppgitt, benyttes graderte karakterer, A-F, der E er laveste beståtte karakter.

Internasjonalisering

Høgskolen i Hedmark, Jyväskylä Polytechnic (Finland) og Innholland University (Nederland) er samarbeidspartnere i et pågående arbeid med å utvikle en europeisk tittel i internasjonal music management kalt European Degree in International Music Management (EDIM). Som student kan du velge å studere i 4. semester ved én av disse institusjonene med tilrettelagt fordypning i bransjeemner. Høgskolen har også utvekslingsavtaler med andre relevante studiesteder. Slike utenlandsopphold må være godkjent av Høgskolen i Hedmark på forhånd for å sikre innpassing i bachelorgraden.

Noen emner undervises delvis på engelsk. I tillegg er pensumlitteraturen i alle musikkbransjeemnene i stor grad på engelsk.

Studiets innhold, oppbygging og organisering

Studiet bygger delvis på høgskolens eksisterende emneportefølje innen økonomifag, markeds-, innovasjons- og ledelsesfag. Studiet er bygget opp slik at hvert semester har noen felles emner med andre studieretninger og noen emner som er eksklusive og bransjespesifikke. I vårsemesteret i andre studieår kan studentene velge studieopphold i utlandet, eller emner ved lærestedet, kombinert for eksempel med større eller mindre prosjektarbeider.

Følgende emner er eksklusive for studiet:

- 3ØMU110 Musikkbransjen, 7,5 sp.



- 3ØMU115 Musikkproduktet, 5 sp.
- 3ØMU310 Kontrakter i musikkbransjen, 7,5 sp.
- 3ØMU 30 Musikk og Markedet, 10 sp.
- 3ØME11 Event Management, 10 sp.
- 3ØMU315 Kreativ forretningsutvikling, 7,5 sp.

Første og andre studieår er basert på ukentlige forelesninger, mens tredje år er samlingsbasert, med i hovedregel samlinger hver tredje uke. Hensikten med samlingsbasert undervisning tredje studieår er blant annet at studentene skal kunne ta traineeplasser i musikkindustrien. Selv om trainee/utplassering *ikke* er en obligatorisk del av studieplanen, kan dette være en god anledning til å gjøre seg kjent i bransjen. Studenter som ønsker å benytte tredje år til utplassering anbefales å knytte prosjektet (30 poeng) til utplasseringen.

Emneoversikt

Emner

Studiepoeng År 1 År 2 År 3

- [Musikkbransjen](#)

7,5 studiepoeng

- [Musikkproduktet](#)

5 studiepoeng

- [Datahåndtering med samfunnsvitenskapelige metoder](#)

10 studiepoeng

- [Grunnleggende regnskap](#)

7,5 studiepoeng

- [Musikk og markedet \(Music and the market\)](#)

10 studiepoeng

- [Markedsføring](#)

5 studiepoeng



- **Prosjektadministrasjon og -ledelse**
10 studiepoeng
- **Finansregnskap med analyse**
5 studiepoeng
- **Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse**
7,5 studiepoeng
- **Event Management**
10 studiepoeng
- **Strategic e-marketing and consumer behaviour**
7,5 studiepoeng
- **Medierett**
5 studiepoeng
- **Utenlandsopphold eller valgemner** (optional)
30 studiepoeng
- **Kontrakter i musikkbransjen**
7,5 studiepoeng
- **Valgemne eller utplassering** (optional)
10 studiepoeng
- **Kreativ forretningsutvikling**
7,5 studiepoeng
- **Forretningsplan**
5 studiepoeng
- **Bacheloroppgave**
30 studiepoeng



Høgskolen i **Hedmark**



Emneoversikt

3ØMU110 Musikkbransjen

Emnekode: 3ØMU110

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg grunnleggende innsikt i musikkbransjens verdikjeder og strukturer; aktørens funksjoner, oppgaver og plass i verdikjeden samt bransjens økonomiske struktur og institusjonelle rammebetingelser. Studentene skal ha oversikt over og forståelse for de mest sentrale bransjebegrepene som musikkbransjens aktører benytter og forholder seg til. Studentene skal ha tilegnet seg kjennskap til musikkbransjens historiske utvikling og forståelse for dens rolle i kulturelt og økonomisk samfunnspektiv.

Innhold

Emnet gir grunnleggende innføring i funksjonene til musikkbransjens hovedaktører, deres organisasjonsmessige oppbygging, plassering i verdikjeden, og hvordan de forholder seg til hverandre. Man vil gjennomgå verdikjeden, musikkbransjens økonomiske struktur og dens institusjonelle rammeverk, de enkelte aktørers økonomiske og institusjonelle (lover, regler og tradisjoner) betingelser og muligheter, de økonomiske prosessene og pengestrømmene i bransjen. Følgende hovedaktører vil bli studert: artist, låtskriver, produsent, studio, management, plateselskap, publishingselskaper, booking/live agent, distributør, grossist, butikk, interesse- og rettighetsorganisasjoner (Tono, Gramo, NCB). I tillegg vil man gjennomgå offentlige støtteordninger og fond. Studentene skal også bli kjent med noen hovedtrekk fra populærmusikkens historie, spesielt relatert til utviklingen av musikkbransjen som økonomisk system.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, gruppearbeid og veiledning.

Vurderingsordning

48 timers individuell hjemmeeksamen.



Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØMU115 Musikkproduktet

Emnekode: 3ØMU115

Studiepoeng: 5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Emnet 3ØMU110 Musikkbransjen eller tilsvarende

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg en grundig forståelse for produktene i musikkbransjen og deres innpakning og appell. Studentene skal kunne forstå prosessene knyttet til utviklingen av nye musikkprodukter og beherske vurderingsformer for deres kontekst og hvordan produktene kommuniserer med markedet og kjøper.

Innhold

En innføring i musikkbransjens produkter, deres oppbygning og funksjon, produktenes samspill, prosesser og packaging: hva er det vi selger - hva er musikkproduktet? Her vil man drøfte musikkkonsepter som utvidet begrep: man selger ikke bare fysiske musikkprodukter, men også de verdier, symboler, holdninger og relasjoner som folk forbinder med et fysisk produkt eller en artist. Man vil analysere og i teorien skape egne produkter og produktutviklingsplaner.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og veiledning.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØD115 Datahåndtering med samfunnsvitenskapelige metoder

Emnekode: 3ØD115

Studiepoeng: 10

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg en forståelse for og praktisk kunnskap i innhenting og bearbeiding av data. Studentene skal klare å bruke datateknologi i dette arbeidet. Studentene skal også ha opparbeidet seg kompetanse knyttet til å samle inn, bearbeide, tolke og presentere informasjon, lære å utvikle problemstillinger, formulere seg skriftlig og bygge opp rapporter etter standardiserte og formelle krav (APA-standarden). Studentene skal videre opparbeide en anvendt og god kompetanse i Excel. Studentene skal videre ha tilegnet seg en basiskompetanse i samfunnsvitenskapelig metode og enkel bruk av statistiske analyser i Excel.

Innhold

Datahåndtering: Utvikling av webbaserte spørreskjemaer mot databaser. Bygging av modeller i regneark, herunder; modellbegrepet, strukturering av modeller, analyse og datahåndtering. Datamodellering, herunder: utforming og bygging av databaser, framhenting av data fra databaser, søking i fritekst databaser. Utvikle en større strategisk budsjettmodell. Samfunnsvitenskapelig metode: Kvalitative og kvantitative metoder blir gjennomgått. Sentrale tema vil være: problemutforming, rapportdesign, kunnskapsinnhenting (informasjonssøk), bearbeiding, analyse, og tolking av data.

Organisering og arbeidsformer

Noen forelesninger, mye øvelser og gruppearbeid, samt selvstendig arbeid. Ca 80 % av den organiserte undervisningen vil være øvelser.

Vurderingsordning

Mappeevaluering med fire innleveringer: To individuelle og to gruppearbeider. Mappen vurderes til bestått/ikke bestått. Leveres elektronisk. For at emnet skal bestå må alle deloppgavene være bestått.

Ansvarlig avdeling



Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØR136 Grunnleggende regnskap

Emnekode: 3ØR136

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg grunnleggende kunnskaper om finansregnskapet og føringen av dette, forståelse av begrepene utgifter, kostnader, utbetalinger, inntekter og innbetalinger samt beholdninger. De skal kunne foreta ordinære årsoppgjørsposteringer og disponering av overskudd.

Innhold

Regnskapets oppbygging, standard kontoramme og -plan, krav til dokumentasjon og oppbevaring, registrering av forretningstransaksjoner, mva., arbeidsgiveravgift, skattetrekk og skattebetaling, transaksjonsprinsippet, sammenstillingsprinsippet og andre grunnleggende regnskapsprinsipper, avskrivninger, øvrige periodiseringer og avsetninger, generelle verdivurderingsregler for omløpsmidler og anleggsmidler samt presentasjon av resultat og balanse etter regnskapsloven. Kurset omfatter også ulike selskapsformer med regnskapsmessige forskjeller og ulike former for beskatning. Regnskapsanalyse og intern kontroll inngår som en del av stoffet. Lovbestemmelser innen regnskap og bokføring blir også gjennomgått.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, oppgaveløsning og veiledning.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØMU30 Musikk og markedet (Music and the market)

Emnekode: 3ØMU30

Studiepoeng: 10

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Forkunnskaper

3ØU110 Musikkbransjen eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg en grundig forståelse for markedsføring av musikkprodukter og kjennskap til hvordan dette skjer i praksis i musikkbransjen. Studentene skal kunne identifisere og definere markedsmuligheter og utfordringer, utarbeide markedsplaner og strategier for musikkprosjekter på nasjonalt og internasjonal plan. Som del av forståelse for markedsmekanismene, skal studentene ha fått innsikt i hvordan andre aktører i media- og underholdningsbransjen opererer og deres struktur, funksjoner og oppgaver i forhold til musikkbransjen.

Innhold

Case studier av nasjonale og internasjonale markedsføringsprosjekter i musikkbransjen. Gjennomgang av elementer og prosesser som påvirker markedsplaner og strategier for forskjellige typer musikkprosjekter. Utvikling av markedsføringsplaner for egne prosjekter med drøfting og simultert gjennomføring av disse.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og veiledning.

Vurderingsordning

Studentene skal i løpet av emnet utarbeide en markedsplan. Markedsplanen teller 40 % av slutt karakter. 4 timers skriftlig, individuell eksamen teller 60% av slutt karakter.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØM100 Markedsføring

Emnekode: 3ØM100

Studiepoeng: 5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg sentrale problemstillinger og metoder i markedsføringen. Studentene skal ha tilegnet seg noe bransjeinnsikt ved gjennomgang/ presentasjon av eksempler fra bransjer og bedrifter, herunder en grunnleggende forståelse for markedsføringens virkeområder, slik at studentene kan delta i løsning av enkle markedsføringsproblemer i praksis.

Innhold

Emnets sentrale tema er markedsføringens oppgaver og markedsføringsledelse. Etter en introduksjon om den grunnleggende markedsføringens historiske utvikling og definisjoner og begreper vil en behandle emner som markedsføringens strategiske forankring, kjøpsatferd i forbruker- og bedriftsvaremarkeder (behov, ønsker, krav og etterspørsel), segmentering, markedsanalyser og prognoser, relasjons- og dialogmarkedsføring, tjenestemarkedsføring og servicekvalitet, etikk, miljø og samfunnsansvar.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsning.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØID30 Prosjektadministrasjon og -ledelse

Emnekode: 3ØID30

Studiepoeng: 10

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha opparbeidet seg en basisforståelse og kompetanse med prosjektarbeidsformen. Studentene skal ha opparbeidet seg kunnskap på innføringsnivå i teori, metodikk og terminologi. Studentene skal ha blitt i stand til å designe prosjekter, med vekt på forstudier og forprosjekter. Studentene skal også ha tilegnet seg PLP-kompetanse (Prosjekt Leder Prosessen) på generelt nivå. Videre skal studentene ha tilegnet seg kunnskap om prosjekthåndteringsverktøy og prosjektledelse.

Innhold

Emnet vil inneholde generell opplæring i prosjektadministrasjon og praktisk arbeid i prosjekter. Emnet vil gå igjennom: Prosjekt Leder Prosessen, prosjektplanlegging, prosjektorganisering, prosjektstyring, prosjektgjennomføring og rapportering. Videre skal emnet gi opplæring i prosjekteringsverktøy, som Microsoft Project, Kostnad-, tid- og ressursplan (KTR-plan), ganttdiagrammer, sensitivitetsanalyser, nyttekostnadsanalyser, risikovurderinger. En vil videre vektlegge prosjektledelse i relasjon til punktene overfor.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og case. Gruppearbeid gjennom oppgaver/caseløsninger, egenaktivitet og veiledning.

Vurderingsordning

Mappeevaluering. Mappen vurderes til bestått/ikke bestått.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØR150 Finansregnskap med analyse

Emnekode: 3ØR150

Studiepoeng: 5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg en grunnleggende innsikt i finansregnskapets oppbygging og rammebetingelser, en forståelse for og nødvendige kunnskaper i å behandle sentrale regnskapsmessige måleproblemer, og utarbeide kontantstrømoppstilling og foreta regnskapsanalyse. De skal også ha tilegnet seg kunnskap på innføringsnivå om verdivurdering av selskaper.

Innhold

Krav til regnskapet, regnskapet som informasjonskilde, oppstillingsplanen for regnskapet, regnskapsprinsipper og god regnskapsskikk, lover og regler knyttet til verdsettelse av eiendeler og gjeld, inntekter og kostnader, kontantstrøm- oppstillingen, sammenhengen mellom regnskap og skatt, regnskapsanalyse og nøkkeltallsanalyse av lønnsomhet, likviditet, finansiering og soliditet, miljøregnskap og internasjonal regnskapsrapportering.

Organisering og arbeidsformer

Undervisning og oppgaveregning.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØB116 Grunnleggende bedriftsøkonomisk analyse

Emnekode: 3ØB116

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Basiskunnskaper i Excel eller parallell gjennomføring av emne 3ØD115 Datahåndtering med samfunnsvitenskaplige metoder eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg de første og nødvendige grunnleggende kunnskaper i bedriftsøkonomisk teori og metode samt en oversikt over funksjonene i foretaket som økonomisk enhet.

Innhold

Hovedvekten av emnet legges på å øve inn bedriftsøkonomisk tankegang. Emnet skal være generelt og anvendelig for alle bransjer. Videre går en inn på bedriften og dens plass i det økonomiske system, økonomifunksjonens rolle og plass i bedriften/ organisasjonen, det legges vesentlig vekt på kostnads- og inntektsteori med tilpasninger under ulike markedsformer og markeder. Det legges videre vekt på kalkulasjon og kostnads- resultat- og volumanalyse (KRV- analyser). Videre gjennomgås optimalisering under restriksjoner og driftsregnskapet ved normal kalkulasjon.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger og oppgaveløsning

Vurderingsordning

Individuell eksamen som starter med multipel choice oppgaver i en periode på 30 minutter og avslutter med 3 timers skriftlige oppgaver. (Begge deler på Fronter, sistnevnte med bruk av Excel/ Word). Karakteren fastsettes som et veid gjennomsnitt, basert på en fordeling på hhv. 30/70%.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØME11 Event Management

Emnekode: 3ØME11

Studiepoeng: 10

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3ØM100 Markedsføring og 3ØID30 Prosjektadministrasjon og –ledelse eller tilsvarende. Begge emnene kan tas parallelt med dette emnet

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg kunnskap på innføringsnivå i sportsarrangement og/eller rene events (festivaler og arrangementer) og management av dette. Fokuset er utvikling av arrangement som tilleggsprodukter i tilknytning til større idrettsarrangement og konkurranser, men også utvikling av selvstendige arrangement som står på egne bein. Studentene skal også ha opparbeidet seg en generell bransjeoversikt, nasjonalt og internasjonalt. Emnet skal ha overføringsverdi til utvikling av events i tilknytning til idrettsarrangementer, festivaler, musikkarrangement etc. Studentene skal gjennom dette emnet ha utviklet kunnskap og ferdigheter slik at de kan utvikle, planlegge og gjennomføre selvstendige arrangement, eller hekte seg på eksisterende arrangement for så å øke salgsverdien.

Innhold

Faglige elementer som dekkes: (Hvert event er et prosjekt eller en prosjektportefølje)

- En bransjebeskrivelse, nasjonalt og internasjonalt, markedsvurdering, utviklingstrekk i bransjen og drivkreftene for videre utvikling
- Produktforståelsen, ”once in lifetime”, idrettsarrangement, festivaler, musikkarrangement, teater, messer og utstillinger, naturbiotoper, historiske biotoper etc,
- Selvstendige arrangement, utvikle konsepter for selvstendige arrangement som mer er knyttet til å utnytte en eller flere ”biotoper” for å skape en opplevelse som har en realiserbar markedsverdi
- Arrangement som henger seg på eksisterende arrangement, utvikle konsepter og produkter rundt eksisterende idrettsarrangement, festivaler, konserter og arrangement mer generelt, som et selvstendig og eller komplementært produkt. Vurdere disse tilleggsproduktene markedsverdi og tilleggsverdi til selve kjerneproduktet.
- Arrangere og utvikle konsepter rundt treningssamlinger for toppidrett
- Markedsoversikt, en oversikt over leverandørmarkedet (de som leverer arrangement som kan/bør videreutvikles) og kundemarkedet (forbrukeren, jfr kravet om ”consumer behavior”.
- Fra ide til planleggingsfase, markedsføring, gjennomføring og etterkontroll, praktisk erfaringsbasert kompetanse.



- Finansiering, cashflow og risiko, herunder budsjettering, sannsynlighet og konsekvensvurderinger
- Informasjon og kommunikasjon, generell PR, og planer for når det går galt
- Kvalitetssikring, av et konsept/prosjekt i forkant og underveis ("fingeren på pulsen når det skjer")
- Management av events kjerneproduktet og utvikle dette, billetten er kjernen så bygge ut produktet og plan B. Litt porteføljeteori.
- Etikk, få tak i billetter, leverandører og leverandørkunnskap, svartebørs
- Anbudsprosesser

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, arbeid med caseoppgaver (prosesslæring med selvstendig oppgaveløsning), og gruppeseminar med innledende foredrag og påfølgende gruppeoppgaver. Caseoppgavene støttes med veiledning, og knyttes opp mot praktiske og relevante oppgaver med operativ management av events.

Vurderingsordning

En semesteroppgaver (gruppeoppgave eller individuell) som skal gis en muntlig presentasjon og forsvares overfor en opponentgruppe. Det gis karakter for semesteroppgaven og individuell presentasjon. Semesteroppgaven teller 60% og muntlig presentasjon teller 40%.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØM215 Strategic e-marketing and consumer behaviour

Emnekode: 3ØM215

Studiepoeng: 7,5

Språk

Engelsk

Forkunnskaper

None.

Læringsutbytte

The students will acquire an overview of the challenges and opportunities in Internet marketing. The students learn to compare websites designed for either the B2B or the B2C market, evaluation of website content, strategic e-marketing, tailor-making of intranet and extranet, planning for e-commerce, e-CRM, e-retailing and the use of the e-P's.

The students will get an understanding of consumer behaviour from a variety of perspectives, develop an appreciation for and understanding of how marketing research, marketing strategy, and basic research on intra- and interpersonal processes play multiple roles in the discipline of marketing.

Innhold

Strategic E-Marketing: This part of the course, which comprises of three parts, will give the students an in depth overview of the Internet and its role in marketing. They will then discuss the development of Internet strategies in general and put this in relation to other marketing strategies. The third part will deal with practical issues such as constructing websites, how to ensure that they catch people's attention, the use of the Internet in relational marketing, e-commerce transactions, website maintenance, assessing a website's effectiveness compared to other strategies and measures, etc.

Consumer behavior: This part is an in-depth study of how psychological, sociological, and cultural variables influence buying behaviour and marketing strategy development. It focuses on identifying the relevant behavioural variables in a given product purchase situation and determining how marketing strategy can be adapted to meet the way in which consumers perceive, select, and buy.

Organisering og arbeidsformer

Lectures and project work.

Vurderingsordning

Portfolio assessment.



Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3SJ355 Medierett

Emnekode: 3SJ355

Studiepoeng: 5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen

Læringsutbytte

Studentene skal få oversikt over de mest sentrale reglene som regulerer beskyttelse og bruk av åndsverk m.m.

Innhold

Dette er en innføring i de mest sentrale rettsreglene innenfor opphavsrett og andre rettigheter. Det omfatter både analog og digital bruk av verk. Andre rettigheter vil bli være regler som gjelder utøvende kunstnere, katalogreglene m.m. I tillegg omfattes personvernreglene i åndsverkloven.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, gruppearbeid og oppgavegjennomgang.

Vurderingsordning

4 timers skriftlig, individuell eksamen. Hjelpemidler: Norges Lover.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



Utenlandsopphold eller valgemner

Emnekode:

Studiepoeng: 30

Språk

Norsk

Forkunnskaper

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Læringsutbytte

Utenlandsoppholdet eller valgemnene skal godkjennes av høgskolen på forhånd. Valgemner kan eventuelt kombineres med større eller mindre prosjektarbeider (3ØMU91, 92, 93 eller 94).

Læringsmålene for valgemnene blir i hht emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Innhold

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Organisering og arbeidsformer

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Vurderingsordning

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØMU310 Kontrakter i musikkbransjen

Emnekode: 3ØMU310

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

3ØMU110 Musikkbransjen eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Studentene skal ha tilegnet seg forståelse for kontraktsrett og kjennskap til de bransjespesifikke kontrakter som gjelder i musikkbransjen. Studentene skal kunne forstå hovedpunkter i bransjeavtaler, deres økonomiske og praktiske konsekvenser, hvordan avtaler forholder seg til hverandre samt se avtalenes betydning for et prosjekt i en større forretningssammenheng. Videre skal studentene ha tilegnet seg forståelse for kulturindustriens juridiske struktur og de historiske, økonomiske og strukturelle årsaker til grunn for denne strukturen.

Innhold

Innføring i kontraktsrett, samt studie og drøfting av musikkbransjeavtaler for plate, lisens, distribusjon, management og publishing (forlag). Disse avtalene har hovedpunkter som er spesielt relaterte til og er unike for musikkbransjen. Studentene vil også få en innføring i internasjonal avtalepraksis og forskjeller mot norsk praksis.

Organisering og arbeidsformer

Forelesning, gruppearbeid, veiledning, simulering av kontraktsforhandlinger og prosjekter.

Vurderingsordning

48 timer, individuell hjemmeeksamen.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



Valgemne eller utplassering

Emnekode:

Studiepoeng: 10

Språk

Norsk

Forkunnskaper

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Læringsutbytte

Valgemner eller utplassering skal godkjennes av høgskolen på forhånd.

Læringsmål for valgemner blir i hht emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Innhold

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Organisering og arbeidsformer

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Vurderingsordning

I hht. emnebeskrivelsene for de valgte emnene.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØMU315 Kreativ forretningsutvikling

Emnekode: 3ØMU315

Studiepoeng: 7,5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen

Læringsutbytte

Studentene skal tilegne seg erfaring og praktisk kunnskap i å anvende foretaksstrategiske modeller og vurderinger, herunder kunne utvikle visjoner, mål og planer for bedriftsetableringer eventuelt andre typer prosjekter. Studentene skal gjennom kurset tilegne seg kompetanse i å arbeide analytisk og kreativt med utvalgte case.

Innhold

Kurset består i stor grad av å anvende strategifaget i praktiske case, enten ved å planlegge for etablering av virksomhet eller for å løse problemstillinger i en bedrift (for eksempel knyttet til praksis). Kurset bygger på foretaksstrategiske modeller og resonnementer.

Organisering og arbeidsformer

Forelesninger, oppgaveløsning, gruppearbeid og veiledning.

Vurderingsordning

Mappeevaluering: Innlevering og muntlig framføring av tre gruppeoppgaver. Hver innlevering teller 1/3 av mappekarakteren. Individuell muntlig høring: Hver student høres muntlig og kan med basis i mappekarakteren få sin karakter justeres opp eller ned en karakter, alternativt bli stående på mappekarakteren. Studenter som knytter kurset til praksis kan levere og presentere mapper individuelt.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØI305 Forretningsplan

Emnekode: 3ØI305

Studiepoeng: 5

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Ingen.

Læringsutbytte

Studenten skal ha tilegnet seg grunnleggende kunnskap om de vurderinger og analyser som må gjennomføres for å kunne starte eget foretak. Forretningsplanen er grunnlaget for realisering av en forretningsidé, og nødvendig for å skaffe tilveie den kapital som kreves for å starte en bedrift.

Innhold

Emnet er et utdrag av 3ØI106 "Utvikling av forretningsplan" fra det ettårige studiet i Innovasjon, entreprenørskap og foretaksutvikling. Studenten skal i løpet av emnet skrive en forretningsplan. Forretningsplanen skal besvare praktiske spørsmål om etablering, drift og ledelse, så vel som økonomiske analyser av kostnader, lønnsomhet og vekst.

Organisering og arbeidsformer

Emnet legges opp som organiserte forelesninger og eget arbeid knyttet til utarbeidelse av forretningsplan. Det gis gruppeorganisert veiledning.

Vurderingsordning

Vurdering av forretningsplan, samt avsluttende individuell muntlig eksamen. Muntlig eksamen kan bidra til at karakteren justeres med én karakter opp eller ned.

Ansvarlig avdeling

Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk



3ØMU90 Bacheloroppgave

Emnekode: 3ØMU90

Studiepoeng: 30

Språk

Norsk

Forkunnskaper

Kunnskap tilsvarende gjennomført studieplan semester 1 – 4 Bachelor i Music Management.

Læringsutbytte

Studenten skal gjennom sin bacheloroppgave kunne anvende sin opparbeidede kompetanse innenfor Music Management. I dette ligger å kunne ivareta studiets teoretiske, refleksjonelle, teknologiske og praktiske perspektiver i et selvstendig arbeid.

Innhold

Prosjektplanlegging, prosjektorganisering, prosjektstyring, prosjektgjennomføring og rapportskrivning. Undervisningen vil foregå ved prosjektsamlinger tidlig i høstsemesteret og fortløpende veiledning i høst- og vårsemesteret.

Organisering og arbeidsformer

Prosjektet kan gjennomføres som:

- Utvikling og gjennomføring av egen prosjektide
- Utvikling og gjennomføring av prosjektide fra næringslivet/offentlig sektor

Vurderingsordning

Sluttrapporten (bacheloroppgaven) teller 100 %. Når bachelorprosjekter gjennomføres i samarbeid med næringslivet/offentlig sektor og det kreves at studentene nedlegger betydelig innsats i organisasjonens arbeidsoppgaver, kan bacheloroppgavens omfang reduseres etter avtale med veileder. I slike tilfeller skal det vedlegges et *refleksjonsnotat*. Refleksjonsnotatet må godkjennes av veileder for karaktersetning av bacheloroppgaven.

Ansvarlig avdeling



Avdeling for økonomi, samfunnsfag og informatikk