

Studieplan 2017/2018

Bachelor i Music Business - Management

Studiepoeng: 180

Studiets nivå og organisering

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

Studiet er basert på ukentlig undervisning på Campus Rena.

Forventet arbeidsinnsats for et heltidsstudium er 1500-1800 timer per år.

Bakgrunn for studiet

Bachelor i Music Business med profilering Management, ledelsesfag for musikkindustrien, er et treårig studium for framtidige ledere og entreprenører i musikkbransjen. Studiet 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 til å forstå bransjens dynamikk og kunne bidra til god forretningsmessig utvikling innenfor bransjen. Studiet gir også kunnskaper innenfor markedsføring, økonomi, organisasjon og ledelse som er overførbare til andre typer virksomheter.

Læringsutbytte

Studentene skal gjennom studiet ha tilegnet seg kunnskap om musikkindustrien og bransjens samspill med andre bransjer, i tillegg til rene økonomisk/administrative kunnskaper og ferdigheter. Studiets læringsmål reflekterer det å kunne jobbe på forretningsiden av musikkbransjen.

En kandidat med fullført kvalifikasjon skal ha følgende totale læringsutbytte definert i kunnskap, ferdigheter og generell kompetanse:

Kunnskap

Kandidaten

- har kunnskap om bransjens oppbygging og virkemåte
- har kunnskap om bransjens utvikling med særlig fokus på digitalisering av distribusjon, promotering, markedsføring, internasjonalisering og økonomi
- har bred kunnskap om funksjoner og prosesser i sentrale foretak i bransjen (plateselskap, musikkforlag managements, liveforetak, booking, distribusjonsforetak m.m.)
- har kunnskap om opphavsrett og kontrakter i musikkbransjen
- forstår musikk som kommunikativt produkt
- har kunnskap om teorier og modeller innenfor markedsføring, organisasjon- og ledelse og økonomistyring og kan anvende disse på problemstillinger i musikkbransjen
- har kunnskap om ledelse av komplekse, kreative prosesser og organisasjoner
- har innsikt i strategisk metode
- kjenner til forsknings- og utviklingsarbeid som er relevant for kommersiell virksomhet i musikkbransjen og kan oppdatere sin kunnskap på området

Ferdigheter

Kandidaten

- kan gjennomføre systematisk analyse av bransjeutvikling og foreta strategivalg for bedrifter/aktiviteter i bransjen ut fra utviklingstrender
- kan analysere markeder og iverksette bruk av markedsføringsverktøy
- kan delta aktivt i prosessen med å gjøre kreative uttrykk til kommersielle produkter
- kan planlegge og lede konserter og events
- kan utøve økonomistyring i prosjekter og små virksomheter
- kan reflektere over egen faglig utøvelse og justere denne under veiledning
- kan finne, vurdere og henvise til informasjon og fagstoff og framstille dette slik at det belyser problemstillinger som er relevante for kommersiell virksomhet i musikkbransjen

Generell kompetanse

Kandidaten

- forstår bedriftsøkonomiske og samfunnsmessige virkninger av virksomhetens

- beslutninger, og kan handle innenfor juridiske, miljømessige og etiske rammer
- kan planlegge og gjennomføre arbeidsoppgaver og prosjekter innenfor gitte tidsrammer, både selvstendig og i samarbeid med andre
- kan formidle teorier, problemstillinger og løsninger både skriftlig og muntlig
- kan bidra i innovative prosesser, samt utvikle forretningsplaner og gründervirksomhet i musikkbransjen
- viser evne til å identifisere behov for ytterligere kunnskap, søke forskningsbasert kunnskap og utvikle sine ferdigheter innenfor studiets disipliner

Målgruppe

Studiet retter seg mot personer med interesse for og/eller erfaring fra arbeid med populærmusikk som bransje, og som ønsker en lederutdanning med sikte på videre arbeid enten som selvstendig næringsdrivende, frilanser eller som ansatt i virksomheter i musikkindustrien.

Relevans for arbeidsliv og videre studier

Bachelorstudiet skal utdanne framtidens ledere og entreprenører innen norsk og internasjonal musikkindustri. 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 Business - Management vil være artistmanager, arrangør, booker, produksjef, jobber innen marketing og promotion i alle typer musikkelskaper, business developer, prosjektleder m.m.

Studiet vil kunne kvalifisere for videre studier på masternivå. Vær oppmerksom på at det ved de ulike utdanningsinstitusjonene kan stilles spesifikke krav til fagkombinasjoner og karakterer ved opptak til masterutdanning.

Studiet kvalifiserer for opptak til Master i økonomi og ledelse med spesialisering markedsføringsledelse ved Høgskolen i Innlandet, gitt at visse fagkombinasjoner velges.

Opptakskrav og rangering

Generell studiekompetanse eller realkompetanse på tilsvarende nivå.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen vil veksle mellom forelesninger, praktiske øvelser individuelt og i grupper, prosjektarbeid, veiledning, plenumspresentasjoner og selvstudium. Eventuelle obligatoriske arbeidskrav angis i hver emnebeskrivelse.

Praksis

I 6. semester legges det opp til at studentene kan ta praksisplass i musikkindustrien som valgemne. Selv om praksisopphold ikke er en obligatorisk del av studiet, kan dette være en god anledning til å gjøre seg kjent i bransjen.

Vurderingsformer

Det benyttes varierte vurderingsformer i studiet; semesteroppgaver, mappevurdering med innleveringer av både teoretiske og praktiske arbeider, skriftlige skoleeksamener, skriftlige hjemmeeksamener og muntlige eksamener. De fleste emnene har obligatoriske arbeidskrav som må være godkjent for at man skal kunne gå opp til eksamen i emnet.

De konkrete vurderingsformene framgår av den enkelte emnebeskrivelse.

Internasjonalisering

Musikkbransjen er en internasjonal bransje og dette speiles særlig i de bransjespesifikke emnene, hvor det er det å forstå og kunne operere i internasjonale musikkmarkedet er sentralt. I enkelte emner vil undervisningen gjennomføres på engelsk. I tillegg er pensumlitteraturen i de fleste musikkbransjeemnene i stor grad på engelsk.

Det legges opp til at studentene kan integrere et utenlandsopphold av ett semesters varighet i løpet av vårsemesteret andre studieår (4. semester). Utvekslingsopphold er valgfritt og studenten betaler selv eventuelle skolepenger.

Utvekslingsoppholdet gjennomføres ved en utenlandsk institusjon med tilrettelagt

fordypning i bransjeemner og/eller andre relevante økonomi- og ledelsesfag. Høgskolen har utvekslingsavtaler med relevante studiesteder i flere land, for tiden blant andre New York State University (USA), Middle Tennessee State University (USA), Staffordshire University (England) og Salford University (England).

Utenlandsopphold og utdanningsplan med konkrete emner må være godkjent av Høgskolen i Innlandet på forhånd for å sikre innpassing i bachelorgraden.

Studiets oppbygging og innhold

Studiets oppbygging og innhold

Studiet bygger delvis på høgskolens emneportefølje innen markeds-, innovasjons-, musikkbransje, kultur- og musikkteori samt ledelsesfag. Studiet er bygget opp slik at hvert semester har noen felles emner med andre studieretninger og noen emner som er eksklusive og spesifikke for Music Business. I vårsemesteret, andre studieår er det lagt opp til at studentene kan studere ved en av Høgskolens utenlandske samarbeidsinstitusjoner. Utenlandsoppholdet skal omfatte emner som representerer en rettet fordypning innen ledelse i musikkindustrien.

Studiet er basert på ukentlige forelesninger. Flere av emnene som kommer tidlig i studieløpet er forkunnskapskrav til emner som kommer senere i studiet. Det anbefales forøvrig at emnene tas i den rekkefølgen de er oppsatt i studieplanen.

Studiet har valgemner i de tre siste semestrene: Alle emnene i 4. semester er valgemner. Studenter som ikke reiser på utveksling i 4. semester skal ha fire emner innenfor økonomi- og ledelsesfag, to obligatoriske emner (Markedskommunikasjon og Prosjektledelse) og to valgemner. I 5. semester velger man enten Artist and Repertoire Management 2 eller Ledelse og lederrollen. Det vil være begrenset antall plasser på Artist and Repertoire Management 2 (se Forskrift og studier ved Høgskolen i Innlandet for rangering). I 6. semester er det to valgemner. I dette semesteret er det mulig å velge ekstern praksis. Studenter som ønsker å ha opptaksgrunnlag til Master i økonomi og ledelse - spesialisering markedsføringsledelse ved Høgskolen i Innlandet, anbefales å velge Informasjonsøkonomi og digitale markeder som valgemne i 6. semester (eventuelt i 4. semester) for å oppfylle den delen av opptakskravet omfatter samfunnsøkonomisk emne.

Studentbedrift kan velges enten i 4. eller 6. semester.

Emneoversikt

Emnekode	Emnets navn	S.poeng	O/V *	Studiepoeng pr. semester					
				S1(H)	S2(V)	S3(H)	S4(V)	S5(H)	S6(V)
3MAR100	<u>Markedsføringsledelse</u>	7,5	O	7,5					
3MUS100	<u>Musikkbransjen</u>	7,5	O	7,5					
3MUS160	<u>Lydproduksjon 1</u>	7,5	O	7,5					
3BED100	<u>Virksomhetens økonomi</u>	7,5	O	7,5					
3MUS140	<u>Musikk og markedet</u>	7,5	O		7,5				
3MET100	<u>Informasjonskompetanse og metode - metode 1</u>	7,5	O		7,5				
3MUS240	<u>Event management</u>	7,5	O		7,5				
3MUS120	<u>Musikkproduktet</u>	7,5	O		7,5				
3ORG100	<u>Organisasjonsforståelse</u>	7,5	O			7,5			
3MUS200	<u>Artist and Repertoire Management 1</u>	7,5	O			7,5			
3MET200	<u>Samfunnsvitenskapelig metode (emnet har endret navn fra Metode og databehandling - metode 2 høsten 2018)</u>	7,5	O			7,5			
3MUS220	<u>Musikk og kulturteori 1</u>	7,5	O			7,5			
3MAR120	<u>Markedskommunikasjon</u>	7,5	O				7,5		
3LED320	<u>Prosjektledelse</u>	7,5	O				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V				7,5		
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V				7,5		
	<u>Valgemner eller utenlandsopphold</u>	30	V				30		
3JUS340	<u>Medierett med kontraktsrett</u>	7,5	O					7,5	
3BED300	<u>Innovasjon og entreprenørskap</u>	7,5	O					7,5	
3LED300	<u>Strategi</u>	7,5	O					7,5	
3MUS250	<u>Artist and Repertoire Management 2</u>	7,5	V					7,5	
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V					7,5	
3SER350	<u>Informasjonsøkonomi og digitale markeder</u>	7,5	V						7,5
3PRA310	<u>Ekstern praksis Music Business - Management</u>	7,5	V						7,5
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V						7,5
	<u>Valgemne 7,5 sp</u>	7,5	V						7,5
3BA303	<u>Bacheloroppgave</u>	15	O						15
Sum:				30	30	30	30	30	30

*) O - Obligatorisk emne, V - Valgbare emne

Emneoversikt

3MAR100 Markedsføringsledelse

Emnekode: 3MAR100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om forhold som påvirker etterspørsel etter virksomhetens tilbud og dermed virksomhetens inntekter. Studenten skal kjenne til markedsføringens rolle og funksjon for å oppnå god verdiskapning.

Ved bestått emner har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kjennskap til markedsføringsfagets utvikling, perspektiver og sentrale begreper
- har kunnskap om markeds-/kundeorientering og hvilken betydning dette har for virksomheten
- har kunnskap om hvordan de markedsmessige omgivelsene påvirker virksomheten

- har kunnskap om hvordan virksomheten må segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg
- har kunnskap om målsetting, overordnet strategi, bruken av ressurser og konkurransevirkemidler
- har kunnskap om hvordan verdi samskapes i interaksjonen mellom virksomheten og kunden/brukeren og hvordan dette påvirker kundens/brukerens lojalitet og tillitt.

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende teori og modeller til å drøfte og analysere virksomhetens markedsføringsutfordringer
- kan utarbeide en analyse av virksomhetens markedsmessige omgivelser
- kan planlegge og har forutsetninger for å gjennomføre de sentrale markedsaktivitetene i en markedsplan

Generell kompetanse

Studenten

- har kunnskap om etiske problemstillinger i forbindelse med utøvelse av markedsføringsfaget
- har et bevisst moralsk forhold til forbrukerinteresser og virksomheten samfunnsansvar

Innhold

- Markedsføringens begreper og perspektiver
- Markeds- og kundeorientering
- Markedsplanleggingsprosessen
- Foretakets mål, visjon og forretningsidé
- Situasjonsanalyse
- Segmentering, målgruppeutvelgelse og posisjonering
- Markedsstrategier og bruk av konkurransevirkemidler
- Utvikling av et markedstilbud og merkevarebygging
- Markedsetikk og samfunnsansvar

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, selvstendig arbeid og oppgaveløsninger i grupper sammensatt med studenter fra ulike studier.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave, individuelt eller i grupper på inntil tre personer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS100 Musikkbransjen

Emnekode: 3MUS100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Bransjens struktur og institusjonelle rammebetingelser er sentrale elementer i emnet. Emnet skal gi oversikt over de mest sentrale bransjebegreper som musikkbransjens aktører benytter. Bransjens aktører blir satt i relasjon til bransjens verdikjede.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om musikkbransjens fundament - opphavsrett
- har kunnskap om bransjens økonomiske system
- har kunnskap om plateselskapets rolle før og nå
- har kunnskap om musikkforlagets rolle
- har kunnskap om management-funksjonen
- har kunnskap om vederlagsbyråenes funksjon
- har kjennskap til booking-virksomhet
- har kunnskap om turnevirksomhet/events

- har oversikt over støtteordninger i musikkbransjen
- har innsikt i alle bransjens funksjonsområder

Ferdigheter

Studenten

- kan utarbeide en analyse av bransjens utvikling
- kan bruke enkle økonomiske modeller, basert på bransjens økonomiske oppbygging
- kan sette alle bransjens virksomhetsområder i en sammenheng, både funksjonelt og økonomisk

Generell kompetanse

Studenten

- behersker grunnleggende informasjonskompetanse og kan anvende kilder i utarbeidelse av skriftlige arbeider

Innhold

- Musikkbransjens hovedaktører.
- Verdikjeden i bransjen og aktørenes plassering
- Bransjeanalyse
- Artistens rolle
- Låtskrivers rolle
- Produsentens rolle
- Managementets rolle
- Plateselskapets rolle
- Forlagets rolle
- Rettighetsorganisasjonene
- Distribusjonskanalenes
- Offentlige støtteordninger og fond

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og oppgaveløsninger.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Elektronisk flervalgstest i informasjonskompetanse.
- En skriftlig, individuell innleveringsoppgave.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS160 Lydproduksjon 1

Emnekode: 3MUS160

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, praktiske og analytiske ferdigheter, samt holdninger i å arbeide selvstendig og i gruppe med ulike oppgaver knyttet til lydproduksjon.

Ved bestått emne har studentene oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har oversikt over de mest sentrale teknikker og verktøy som benyttes i moderne lydproduksjon
- har innsikt i opptak og prosessering/bearbeiding av lyd (f.eks. romakustikk/instrumentakustikk, mikrofoner, flersporsteknikk, analog/digital prosessering).
- har kunnskap om typiske arbeidsprosesser i et lydstudio og hvordan lydproduksjon forholder seg til kreativ musikkproduksjon

Ferdigheter

Studenten

- har grunnleggende ferdigheter i opptak og prosessering/bearbeiding av lyd (f.eks. romakustikk/instrumentakustikk, mikrofoner, flersporsteknikk, analog/digital prosessering)
- kan forholde seg kritisk til lydproduksjoner, herunder på et grunnleggende nivå være i stand til å skille og diskutere enkeltelementer og musikalsk oppbygning
- kan ferdigstille en produksjon, samt diskutere og begrunne valgene den har tatt i prosessen mtp miks, opptak, etc.

Generell kompetanse

Studenten

- har en selvstendig og reflekterende holdning til hvordan lydproduksjonsprosessen fungerer

Innhold

- Emnet gir grunnleggende innføring i bruk av forskjellige teknologiske plattformer og arbeidsprosesser knyttet til lydfesting og bearbeiding. Gjennom kurset vil studentene bli kjent med prosesser og anvendelse av analoge og digitale løsninger for lydinnspilling og prosessering – fra idé til ferdig master.
- Emnet tar for seg alle grunnleggende aspekter ved lydproduksjon, og studentene vil øves i forskjellige teknikker gjennom praktiske, ukentlige hjemmeoppgaver. Det fokuseres på lytting som analytisk prosess og forutsetning for musikalsk forståelse.
- Studentene gis gjennom forelesninger og praktisk arbeid på gruppetimene kjennskap til mikrofonbruk og vanlige lydprosessorer som equalizer, kompressor, gate og klang. De vil også få grunnleggende innføring i lydsyntese og mastering.
- Via lytteoppgaver settes studentene i stand til å plukke ut elementer av låter, og lære seg hvordan de kan kopieres, og virker inn på det totale lydbildet.

Arbeids- og undervisningsformer

Emnet er basert på forelesninger og gruppetimer. Emnet baserer seg i stor grad på praktisk arbeid og studentenes erfaringer med egne utfordringer i hjemmeoppgavene. Veiledning i forhold til praktisk arbeid, aktuell teori og hjemmeoppgaver vil være den viktigste kilden til kunnskap.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Det vil bli krevd innleveringsoppgaver. Dette angis nærmere ved emnets oppstart.

Eksamen

3 dagers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BED100 Virksomhetens økonomi

Emnekode: 3BED100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskap om virksomheter og organisasjoner som økonomiske enheter, og de viktigste faktorene som påvirker resultatet.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kjennskap til økonomifunksjonens rolle og plass i bedriften og kunne drøfte de grunnleggende trekkene ved økonomisk styring av virksomheten
- har god kjennskap til kostnadsbegrepet og har god forståelse for kostnaders variabilitet
- har kunnskap om ulike prinsipper for produktkalkulasjon
- forstår de grunnleggende forutsetningene for, og svakhetene ved de tradisjonelle kalkulasjonsmetodene

Ferdigheter

Studenten

- kan utarbeide kalkyler etter selvkost- og bidragsprinsippet for bedrifter i ulike bransjer
- kan fordele kostnader fra art via kostnadssted/aktivitet til kalkyleobjekt
- kan gjennomføre enkle bedriftsøkonomiske analyser for virksomheter i forskjellige bransjer, samt kunne bruke dette som grunnlag for beslutninger, herunder
 - gjennomføre kostnads-, resultat- og volumanalyser
 - beregne og forklare resultatvirkningen av beholdningsendringer
 - foreta enkle analyser av optimale produktvalg i situasjoner med begrenset ressurstilgang

Generell kompetanse

Studenten

- har grunnleggende ferdigheter i bruk av regneark

Innhold

- virksomhetens mål og dens plass i det økonomiske system
- økonomifunksjonens rolle og plass i virksomheten
- ulike markedsformer og deres betydning for virksomhetens tilpasning
- kostnads- og inntektsteori, med vekt på kostnadsforløpet og inntektsforløpet
- ulike prinsipper for produktkalkulasjon, kalkyler etter selvkost- og bidragsprinsippet for bedrifter i ulike bransjer, bruk av tilleggssatser og standarder
- resultatvirkningen av beholdningsendringer og beholdningsvurderinger
- kostnads-, resultat- og volumanalyse (KRV-analyse)
- optimale produktvalg i situasjoner med begrenset ressurstilgang

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og oppgaveløsning ved hjelp av regneark.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Fire innleveringsoppgaver som skal løses i regneark. Oppgaven følger progresjonen i emnet og det gjøres oppmerksom på at første innleveringsoppgave kommer tidlig i semesteret.

Eksamen

5 timers individuell hjemmeeksamen.

Eksamen består av tre deler 1) praktiske regneoppgaver som skal løses i regneark, 2) multiple choice-oppgaver som går på begrepsforståelse og 3) vurderingsoppgaver. Eksamensformen krever at man har tilgang til Internett under eksamen. Det vil være pause mellom de ulike deloppgavene. Det gis en samlet karakter for alle oppgavene.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Tillatte hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler er tillatt.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS140 Musikk og markedet

Emnekode: 3MUS140

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Emnet skal utvikle kunnskaper og ferdigheter om forhold som påvirker etterspørselen av musikk-virksomhetenes tilbud, og dermed virksomhetenes inntekter. Markedsføring av musikkprodukter fokuserer på prosesser for å utvikle virksomhetens markedstilbud, samt kommunikasjon og samhandling av disse med markedet.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om markedsføringens rolle og funksjon for å oppnå en god verdiskapning for involverte aktører i musikkbransjen
- har kunnskap om markedsføring av musikkprodukter og kjennskap til hvordan dette skjer i praksis i musikkbransjen
- har kjennskap til markedsmekanismene og innsikt i hvordan andre aktører i media og underholdningsbransjen opererer, samt deres struktur, funksjoner og oppgaver i forhold til musikkbransjen

- har kunnskap om markeds-/brukerorientering og hvilken betydning dette har for virksomheten i musikkbransjen
- har kunnskap om hvordan virksomheten må segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg når det gjelder markedsføring av musikkprodukter
- har kunnskap om målsetting, valg av strategi, bruken av ressurser og konkurransevirkemidler, sett ut fra musikkbransjens spesielle behov

Ferdigheter

Studenten

- kan identifisere og definere markedsmuligheter og utfordringer i musikkbransjen
- kan segmentere, velge målgruppe og posisjonere seg i forhold til markedsmuligheter i bransjen
- kan utarbeide en analyse av virksomhetens markedsmessige omgivelser i bransjen
- kan utarbeide markedsplaner og strategier for musikkprosjekter på nasjonalt og internasjonalt plan
- kan gjennomføre de sentrale markedsaktivitetene i en markedsplan for musikkprodukter

Innhold

(Alt innhold er direkte relatert til forholdene i musikkbransjen.)

- Markedsføringens begreper og perspektiver
- Markedssegmentering, forbrukeradfærd og posisjonering
- Bransjeanalyse/Situasjonsanalyse
- Salgs- og distribusjonskanaler
- Markedsplanleggingsprosessen
- Markedsstrategier og bruk av konkurransevirkemidler
- Markedsføringsverktøy / promotion / kommunikasjon
- Utvikling av et markedstilbud og merkevarebygging
- Internasjonalisering i markedsarbeidet

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og oppgaveløsninger.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én individuell skriftlig innleveringsoppgave.

Eksamen

2 dagers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET100 Informasjonskompetanse og metode - metode 1

Emnekode: 3MET100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi innsikt i grunnprinsippene innen samfunnsvitenskapelig forskningstradisjon og forskningsmetodologi, samt redegjøre for forskningsprosessen og hvordan denne gir grunnlaget for vitenskapelig tenkning og praksis. Emnet skal gå igjennom de viktigste prinsipper og metoder for faglig skriving og vurdering av faglige skrifter, samt vise hvor man skal finne, evaluere, bruke og kommunisere vitenskapelig informasjonen på en etisk riktig måte.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- forstår forskjellige perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning og vitenskapsteoretiske problemstillinger
- kan trinnene i den overordnede forskningsprosessen, herunder operasjonalisering

- av problemstillinger, valg av forskningsdesign
- forstår begrepene validitet og reliabilitet
- forstår hvordan vitenskapelige oppgaver/artikler er oppbygd, søke og gjenfinne faglige tekster og relevant forskning, samt å kunne bruke dette som utgangspunkt for egen faglig skriving
- kjenner til og forstå forskningsetiske retningslinjer for datainnsamling og personvern.

Ferdigheter

Studenten

- viser forståelse for forskningens vitenskapsteoretiske grunnlag og problemstillinger
- kan finne, vurdere og henviser til informasjon og fagstoff, samt framstille og formidle dette slik at det belyser en problemstilling på en valid og reliabel måte
- kan etablere gode referanserutiner for å unngå plagiering ved å oppgi kildene på korrekt måte, med referanselister, henvisninger og sitater
- kan utvikle en etisk forsvarlig og god faglig arbeidsmåte
- kan oppdatere sin kunnskap innenfor eget fagområde gjennom å finne fram til relevant litteratur og forskning innenfor feltet

Generell kompetanse

Studenten

- viser forståelse for både praktiske og etiske problemstillinger knyttet til bruken av forskningsmetode
- kunne formidle faget skriftlig
- kunne gjøre en kritisk vurdering av egen fremgangsmåte og forskningspraksis, samt kritisk tolke andres undersøkelser

Innhold

- Sentrale vitenskapsteoretiske og vitenskapsfilosofiske emner og problemområder
- Sammenhengen i forskningsmetode, herunder forholdet mellom problemstilling, teori, metodevalg og analyse.
- Prinsipper og rutiner for skriving av faglige tekster, herunder problemformulering, operasjonalisering, validitet og reliabilitet
- Prinsipper for søk og gjenfinning av faglitteratur og relevant forskning
- Forskningsetikk og rutiner for god forskning

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, selvstudium og gruppearbeid. Studenten får tilgang til aktuell programvare.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig gruppeoppgave.

Eksamen

2 dagers hjemmeeksamen i gruppe på inntil tre personer.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS240 Event management

Emnekode: 3MUS240

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse og 3BED100 Virksomhetens økonomi eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet gir kunnskaper og ferdigheter innen events, slik som arrangement/festival/konserter, og ledelse av dette. Fokuset er utvikling av arrangementer som står på egne bein. Emnet skal ha overføringsverdi til utvikling av events i tilknytning til idrettsarrangementer, festivaler, musikkarrangement etc.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har en generell oversikt over ulike typer events i musikkbransjen, nasjonalt og internasjonalt
- har kunnskap om hvordan man planlegger events
- har oversikt over totalmarkedet, samt oversikt over leverandørmarkedet og kundemarkedet (forbrukeren)
- har kunnskap om prosessen fra idé til planleggingsfase, markedsføring,

- gjennomføring og etterkontroll
- har kjennskap til økonomiforutsetninger, finansiering, cashflow og risiko, herunder budsjettering, sannsynlighet og konsekvensvurderinger relatert til arrangementer
- har kunnskap om informasjonsvirksomhet, kommunikasjon og generell PR relatert til arrangementer
- har kunnskap om risikovurdering og hvordan man lager aksjonsplaner
- har kunnskap om kvalitetssikring av et konsept/prosjekt i forkant og underveis
- har kunnskap om styring av events

Ferdigheter

Studenten

- kan bruke relevant teori og modeller til å utarbeide en analyse av elementene i events
- kan bruke økonomiske modeller basert på events
- kan planlegge og utvikle events

Generell kompetanse

Studenten

- er bevisst på etiske vurderinger i forbindelse med arrangementsutvikling og arrangementsavvikling
- har basiskompetanse for å kunne utvikle selvstendige events i alle former

Innhold

- Hva er et event?
- Ulike typer events, bransjebeskrivelse, utviklingstrekk
- Fra ide til planleggingsfase, markedsføring, gjennomføring og etterkontroll
- Finansiering, cashflow og risiko
- Artwork
- Produksjon av stor livekonsert
- Økonomi med oppsett av budsjett
- Turné-live-musikk. Kort historisk tilbakeblikk, turneer i dag og i går, konsertsteder, krav på opplevelser
- Sikkerhetsvurderinger ved arrangementer
- Tekniske krav ved store arrangementer
- Food & beverage
- Sponsoring
- Informasjon og kommunikasjon, generell PR

- Billetter, svartebørs, værproblemer,- og planer for avvik
- Etikk
- Anbudsprosesser

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, arbeid med caseoppgaver (prosesslæring med selvstendig oppgaveløsning). Caseoppgavene støttes med veiledning, og knyttes opp mot praktiske og relevante oppgaver med operativ management av events. Det anbefales at 3MUS140 Musikk og markedet tas parallelt med dette emnet.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer, samt justerende individuell muntlig eksamen med presentasjon av oppgaven.

Alle deltakerne i gruppa står til ansvar for alt innhold i den skriftlige oppgaven. Muntlig eksamen kan justere resultatet fra den skriftlige semesteroppgaven opp eller ned med én karakter individuelt.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS120 Musikkproduktet

Emnekode: 3MUS120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi en innføring i musikkbransjenes produkter, deres oppbygging, funksjon og samspill. Emnet skal vise hvordan man generer inntekter ut fra fysiske og digitale formater, men også ut fra de verdier, symboler, holdninger og relasjoner som er knyttet til musikkproduktene.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har god oversikt over produktene i musikkbransjen.
- har kunnskap om økonomimodeller for alle musikkproduktene og forstå sammenhengen mellom inntekstrømmene i alle musikkproduktene
- har kunnskap om artisten som "produkt"
- kjenner godt til innspillingsprosessen, miksing og mastering, studioets tekniske utstyr og vanlig bransjeterminologi
- kjenner godt til produsentens rolle

- har kunnskap om sangen og "live" opptredener som produkt
- har kunnskap om musikk som produkt i film, reklame, spill etc.

Ferdigheter

Studenten

- kan bruke enkle økonomiske modeller knyttet til musikkproduktene
- kan sette opp en artistutviklingsplan
- kan utnytte de kommersielle mulighetene musikkproduktene gir
- kan bruke verdikjeden aktivt i planleggingen av alle musikkbransjens produkter

Innhold

- Eksempler på musikkens betydning i sosiale sammenhenger
- Utvikling av artister
- Studio som arbeidsplass. Prosessene i en innspilling
- Sangens struktur. Låtskriverprosesser. Hva er en bra låt?
- "Live" som musikkprodukt
- Synkronisering – bruk av musikk i film, reklame etc.
- Musikkproduktene i økonomisk sammenheng
- Sjanger-begrepet

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og oppgaveløsninger.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig individuell innleveringsoppgave.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell eksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3ORG100 Organisasjonsforståelse

Emnekode: 3ORG100

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav

Læringsutbytte

Emnet skal gi forståelse for hvordan organisasjoner fungerer og hvordan de kan ledes, samt gi analytiske ferdigheter i å arbeide selvstendig med ulike problemstillinger knyttet til hvordan organisasjoner fungerer.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om grunnleggende organisasjonsteoretiske begreper
- har kunnskap om hvordan organisasjoner er oppbygd og hvordan de fungerer
- forstår hvordan organisasjoner kan endres og utvikles

Ferdigheter

Studenten

- kan definere, analysere og reflektere over organisasjonsmessige dilemmaer og

problemstillinger

- kan anvende organisasjonsteoretiske begreper som analyseverktøy innenfor alle typer organisasjoner

Generell kompetanse

Studenten

- har oppøvd en selvstendig og reflekterende holdning til hvordan organisasjoner fungerer
- behersker grunnleggende informasjonskompetanse og kan anvende kilder i utarbeidelse av skriftlige arbeider

Innhold

- Mål, strategi og effektivitet
- Organisasjonsstruktur og formelle organisasjonsprosesser
- Organisasjonskultur, makt og konflikter i organisasjoner
- Organisasjoners omgivelser
- Motivasjon og mellommenneskelige relasjoner
- Beslutnings- og kommunikasjonsprosesser i organisasjonen
- Læring og innovasjon
- Endring og organisasjonsutvikling
- Ulike teorier om ledelse i organisasjoner

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og gruppearbeid. Case vil bli brukt for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Elektronisk flervalgstest i informasjonskompetanse.
- Én individuell innleveringsoppgave.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS200 Artist and Repertoire Management 1

Emnekode: 3MUS200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emnet 3MAR100 Markedsføringsledelse, samt 3MUS160 Lydproduksjon 1 eller 3MUS120 Musikkproduktet eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, praktiske og analytiske ferdigheter, samt holdninger i å arbeide, selvstendig og i grupper, med ulike oppgaver knyttet til artist- og repertoarutvikling.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om merkevareteori og kjennskap kommunikasjonsteori med vekt på aspekter som har spesiell relevans for populærkulturelle fenomener og musikkprodukter
- har kunnskap om hvordan artister kan betraktes som komplekse merkevareprodukter og hvordan dette har betydning for de forskjellige

- komponentene som utgjør det totale musikkproduktet
- har kunnskap musikkmarkeder kan segmenteres på avanserte sosiale og kulturelle faktorer
- har kunnskap om utfordringer med å omsette abstrakte begreper og beskrivelser til konkrete artistiske og musikalske uttrykk og kan reflektere over dette med utgangspunkt i et A & R prosjekt

Ferdigheter

Studenten

- kan identifisere og utvikle konsistente og koherente musikkprodukter for et valgfritt prosjekt, med spesielt henblikk på markedskunnskap og markedstilpasning, A&R management, Brand building/management og kommunikasjonsstrategi
- kan anvende kompleks merkevareteori i praktisk artist- og repertoarutvikling

Generell kompetanse

Studenten

- har en selvstendig og reflekterende holdning til hvordan kommersielt vellykket artist- og repertoarutvikling fungerer

Innhold

- A&R Development
- Product Management
- Music Marketing & markedstilpasset musikkproduksjon
- Merkevarer- og kommunikasjonsteori anvendt på musikkprodukter
- Brand Building and Management - tilpasninger til musikkprodukter
- Musikkmarkedet - segmentering og avanserte, kulturelle aspekter (teori)
- Artisten som merkevare
- Metoder og verktøy for merkevarebygging, som for eksempel archtyping, storytelling, etc

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og gruppebaserte hjemmeoppgaver. Emnet baserer seg i stor grad på praktisk arbeid og veiledning basert på studentenes erfaringer med egne utfordringer i

hjemmeoppgavene.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Ingen.

Eksamen

- Mappevurdering i gruppe som teller 50% av samlet karakter. Gruppestørrelse kan variere med prosjektet og avtales nærmere med emneansvarlig. Mappa skal inneholde tre låter, markedsføringsplan og en digital presentasjon av artisten (hjemmeside). Dette gis mer informasjon om dette ved emnets oppstart.
- 48 timers individuell hjemmeeksamen som teller 50 % av samlet karakter.

Ved gruppeeksamen (her mappevurdering) står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innholdet i oppgaven.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Det forutsettes at alle deleksamener er bestått for at emnet skal vurderes til bestått.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MET200 Samfunnsvitenskapelig metode (emnet har endret navn fra Metode og databehandling - metode 2 høsten 2018)

Emnekode: 3MET200

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

3MET100 Informasjonskompetanse og metode (metode 1) eller kombinasjonen 3MET120 Matematikk for økonomer og 3MET130 Statistikk for økonomer, eller tilsvarende, må være fullført og bestått. (Forkunnskapskravene gjøres om til anbefalte krav høsten 2018).

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har grunnleggende forståelse for samfunnsvitenskapelige problemstillinger
- har kunnskap om teknikker for å gjennomføre og analysere empirisk materiale ved hjelp av deskriptive og eksplorerende design

Ferdigheter

Studenten

- kan gjennomføre enkle samfunnsvitenskapelige empiriske undersøkelser
- kan forstå og vurdere samfunnsvitenskapelige resultater og undersøkelser
- kan vurdere undersøkelsers pålitelighet (reliabilitet) og troverdighet (validitet)
- behersker kvalitative og kvantitative metoder

Generell kompetanse

Studenten

- har videreutviklet sine analytiske ferdigheter

Innhold

- Gjennomføring av samfunnsvitenskapelige undersøkelser
- Utforming av forskningsspørsmål, forskningsdesign og datainnsamling
- Kvalitative og kvantitative innsamlingsteknikker herunder observasjon, intervju, gruppesamtaler og spørreskjemaer
- Praktisk bruk av spørreprogram og statistikkprogram
- Bearbeiding, analyse og tolkning av kvalitative og kvantitative data og slutningsstatistikk
- Treveis tabeller
- Signifikanstesting av toveistabeller
- Intervjuteknikker og tekstanalyse
- Perspektiver på samfunnsvitenskapelig forskning

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og oppgaveløsning, individuelt og grupper. Studenten får tilgang og tilbud om opplæring i bruk av statistikkprogram.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

To obligatoriske oppgaver, hvorav

- en skriftlig gruppeoppgave i kvalitativ metode
- en skriftlig oppgave i kvantitativ metode (krever bruk av statistikkprogram), individuell eller i gruppe på inntil 3 personer

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS220 Musikk og kulturteori 1

Emnekode: 3MUS220

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper, analytiske ferdigheter og holdninger i å arbeide selvstendig med ulike problemstillinger knyttet til musikk- og kulturteori.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har innsikt i den vestlige populærmusikkens historie, i dens ulike sjangertrekk, produksjonsmåter og soundidealer
- har kunnskap om hvordan populærmusikkens estetiske utvikling er knyttet sammen med teknologisk og mediemessig utvikling
- har kunnskap om sammenhenger mellom populærmusikk, estetikk, medier og teknologi
- har kjennskap til estetiske, sosiokulturelle, mediale og markedsmessige fortolkninger og verdsettinger av populærmusikk

Ferdigheter

Studenten

- kan definere, analysere og reflektere over populærmusikken som kulturskapt aktivitet
- kan vurdere og analysere ulike stiler i populærmusikk fra ulike tidsperioder og sette disse inn i en sosiokulturell sammenheng

Generell kompetanse

Studenten

- har en selvstendig og reflekterende holdning til hvordan musikk er knyttet til markedsforhold og estetisk verdsetting

Innhold

- Populærmusikkstudier, teori og metoder: Analytiske og historiografiske perspektiver.
- Stiler, sjangrer og soundidealer i vestlig populærmusikk fra midten av 1950-tallet til i dag.
- Musikkteknologisk og mediemessig utvikling innen vestlig populærkultur fra midten av 1950-tallet til i dag, med vekt på studioproduksjon og produsentroller.

Arbeids- og undervisningsformer

Undervisningen organiseres som forelesninger og seminarer. Det forutsettes i tillegg at studentene arbeider aktivt med faglitteratur og anbefalte musikkseksempler på egen hånd, samt i kollokviegrupper og seminarer med presentasjon.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Delta i og gjøre minst en forberedt muntlig presentasjon relatert til kursets temaer.

Eksamen

2 dagers i skriftlig individuell hjemmeeksamen med gitt tema/problemstilling. Besvarelsen skal være på maksimalt 4000 ord.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MAR120 Markedskommunikasjon

Emnekode: 3MAR120

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

English

Krav til forkunnskaper

3MAR100 Markedsføringsledelse eller tilsvarende må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om markedskommunikasjon og bruk av kommunikasjonskanaler og -verktøy.

Ved bestått emner har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om overordnede prinsipper for kommunikasjon og påvirkning
- forstår sammenhengen mellom markedskommunikasjon og merkebygging og -ledelse
- forstår kommunikasjonsstrategier og integrert kommunikasjonsplanlegging
- kjenner til de forskjellige kommunikasjonskanaler og - verktøy

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere og reflektere over en organisasjons markedskommunikasjon.
- kan definere kommunikasjonsstrategier
- kan utvikle en integrert kommunikasjonsplan relatert til forskjellige typer organisasjoner

Innhold

- Hva er markedskommunikasjon?
- Teori, begreper og forskning på området
- Psykologiske, sosiologiske og økonomiske synspunkter på kommunikasjonsprosessen.
- Kommunikasjonsstrategier og kommunikasjonsplanlegging
- Media og mediavalg, med særlig vekt på sosiale media
- Kommunikasjon på bedriftsmarkedet
- Integrert markedskommunikasjon/integrert kommunikasjonsplanlegging
- Internasjonal markedskommunikasjon

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, med gruppearbeid, case- og oppgaveløsning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave, individuell eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell skoleeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED320 Prosjektledelse

Emnekode: 3LED320

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kunnskaper om ledelse og styring av prosjekter i ulike typer virksomheter.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om initiering, organisering og evaluering av prosjekter
- har kunnskap om ulike roller i et prosjekter
- har kunnskap ressursstyring av prosjekter
- har kunnskap om ledelse av prosjekter

Ferdigheter

Studenten

- kan analysere usikkerhet og risiko i prosjekter
- har ferdigheter for daglig prosjektarbeid og prosjektledelse
- kan planlegge og har forutsetninger for å gjennomføre og evaluere prosjekter

Generell kompetanse

Studenten

- har kjennskap til, og forståelse for prosjekters strategiske betydning for læring og utvikling av virksomheter

Innhold

- Initiering og design av prosjekter, herunder forstudie, forprosjekt, delprosjekt
- Funksjoner og roller i et prosjekt
- Interessentanalyse
- Budsjettering, oppfølging og ressursstyring
- Håndtering av usikkerhet og risiko
- Prosjektstyringsverktøy
- Læring og kompetanseoverføring i prosjekter
- Kommunikasjon og konfliktløsning

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid og selvstendig arbeid. Case vil bli brukt i undervisningen for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

En skriftlig innleveringsoppgave, individuelt eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

48 timers individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

Valgemne 7,5 sp

Emnekode:

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Læringsutbytte

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Innhold

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Arbeids- og undervisningsformer

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Eksamen

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

Valgemner eller utenlandsopphold

Emnekode:

Studiepoeng: 30

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Læringsutbytte

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Innhold

Valgemner eller utenlandsopphold.

Arbeids- og undervisningsformer

I henhold til aktuelle emnebeskrivelser.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

I henhold til aktuelle emnebeskrivelser.

Eksamen

I henhold til aktuell emnebeskrivelse.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3JUS340 Medierett med kontraktsrett

Emnekode: 3JUS340

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse om de mest sentrale rettsregler som knytter seg til medier og kontrakter.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om de mest sentrale reglene som regulerer beskyttelse og bruk av åndsverk
- har kunnskap om de mest relevante kontraktsrettslige regler

Ferdigheter

Studenten

- har evne til å kunne løse enkle, praktiske problemstillinger knyttet opp mot åndsverkløvgivningen

- kan gjenkjenne juridiske, og særlig rettighetsbaserte problemstillinger

Generell kompetanse

Studenten

- har økt forståelse for juridiske problemstillinger.

Innhold

- sentrale rettsregler innenfor opphavsrett og andre rettigheter, og adgangen til å inngå kontrakter.
- analog og digital bruk av verk, og andre rettigheter og regler som gjelder utøvende kunstnere, katalogreglene m.m.
- personvernreglene i åndsverkloven

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid og selvstendig arbeid. Case vil bli brukt for å koble teori og praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én skriftlig innleveringsoppgave, individuelt eller i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

4 timers skriftlig, individuell eksamen. Tillatte hjelpemidler: Norges lover.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BED300 Innovasjon og entreprenørskap

Emnekode: 3BED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Ingen spesielle krav.

Læringsutbytte

Emnet skal gi kompetanse i praktisk arbeid med innovasjon og entreprenørskap i ulike virksomheter og bransjer. Begrepet innovasjon knyttes både til endringsarbeid og til nye aktiviteter i bestående virksomheter, mens entreprenørskap rettes mot kunnskap om oppstart av nye bedrifter og nye prosjekter. Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har bred teoretisk kunnskap og forståelse for arbeid med innovasjon og entreprenørskap som viktig del av dagens arbeids- og næringsliv
- har tilegnet seg forståelse for betydningen av selvutvikling og humankapital i nyskappingsprosesser
- har forståelse for viktige prosesser og arbeidsmetoder i nyskappingsarbeid, herunder produktutvikling, prosessforbedring og utvikling av markedsrelasjoner i både eksisterende og ny virksomhet

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende faglig kunnskap i idéutvikling, kreativitet og nyskappingsarbeid
- kan knytte kunnskapen opp mot utviklingsarbeid og aktuelle case
- kan reflektere over egen faglig utøvelse i innovasjonsprosesser og entreprenørskap

Generell kompetanse

Studenten

- har kunnskaper og ferdigheter som grunnlag for en generell utviklings- og endringskompetanse
- kan reflektere over egen rolle i en gruppeprosess
- viser bevisste holdninger knyttet til å kunne håndtere endringsprosesser mer generelt

Innhold

- Innovasjon, innovasjonsprosesser og innovasjonssystemer
- Entreprenørskap og holdninger
- Kreativitet og metoder for idéutvikling og problemløsning
- Humankapitalens betydning – herunder egenutvikling, teamprosesser og selvledelse
- Deltagelse i utviklingsarbeid.

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, seminarer og gruppearbeid.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én skriftlig gruppeoppgave og muntlig fremføring i gruppe på tre-fem personer, hvor gruppemedlemmene kommer fra minst to ulike studieprogram.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3LED300 Strategi

Emnekode: 3LED300

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emnene 3MAR100 Markedsføringsledelse, 3ORG100 Organisasjonsforståelse og 3BED100 Virksomhetens økonomi eller tilsvarende må være fullført og bestått. (Forkunnskapskravene omgjøres til anbefalte krav fra høsten 2018).

Læringsutbytte

Emnet skal gi studentene kunnskap om strategisk ledelse i ulike bransjer, inkludert ledelse og utvikling av organisasjonens ressurser. Studentene skal ha utviklet evne til logisk og analytisk tenkning for å ta strategiske beslutninger.

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om strategibegrepet i et historisk perspektiv, og om hvilke teorier og antakelser strategiske verktøy bygger på
- har kunnskap om hvordan strategier kan bidra til å nå mål om verdiskaping, effektivitet og lønnsomhet
- har kunnskap om generiske strategier, strategiprosesser og -perspektiver
- ha kunnskap om strategiske forretningsområder

- forstår strategi i dynamiske omgivelser med innovasjon og læring

Ferdigheter

Studenten

- kan drøfte og anvende strategibegrepet
- kan bruke strategiske analyseverktøy og gjennom dette arbeidet kunne gjøre reflekterte analyser og valg
- kan gjennomføre en strategisk analyse for en virksomhetsenhet med fokus på omgivelses- og markedsfaktorer og virksomhetens interne ressurser.
- kan anvende og integrere relevante modeller og analyser fra andre økonomi- og ledelsesfag

Generell kompetanse

Studenten

- kan reflektere om etikk og samfunnsansvar i forbindelse med strategiske problemstillinger
- kan samarbeide med andre i en strategiprosess og kommunisere en strategisk analyse skriftlig

Innhold

- Strategibegrepet i historisk perspektiv
- Formål, visjon, forretningsidé, verdier og mål
- Den strategiske ledelsesprosess
- Strategiske forretningsområder
- Strategiske analyser
- Generiske strategier – posisjonering og profilering
- Strategiske valgmetoder

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, oppgaveløsninger, gruppearbeid, diskusjoner og veiledning.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan

avlegges

Innmelding av gruppe for semesteroppgaven.

Eksamen

Semesteroppgave i gruppe på inntil tre personer. Semesteroppgaven består av en strategisk analyse som gjennomføres ved hjelp av trinnene i strategiprosessen.

Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innhold i oppgaven.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3MUS250 Artist and Repertoire Management 2

Emnekode: 3MUS250

Studiepoeng: 7,5

Semester

Høst

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Artist and Repertoire Management 1

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Ferdigheter

Studenten

- har ferdigheter i å identifisere og utvikle konsistente og koherente kommersielle musikkprodukter
- kan integrere kunnskap innenfor A&R og gjennomføre alle deler av prosessen knyttet til utvikling av et gitt kommersielt musikkprodukt, herunder
 - gjennomføre en markedsanalyse ved hjelp av relevant teori og dataanalyseverktøy
 - vurdere et musikk- og medieprodukt fra et kommersielt perspektiv
 - treffe begrunnede valg på grunnlag av markedsanalysen
 - kan omsette markedsanalyse til konkret låtproduksjon med kommersielt potensial

- utforme markedsplan og alt avtaleverk knyttet til en produksjon
- kan omsette abstrakte begreper og beskrivelser til konkrete artistiske og musikalske kommersielle uttrykk

Generell kompetanse

Studenten

- kan gjennom praktisk arbeid demonstrere en reflektert tilnærming til hvordan kommersielt vellykket artist- og repertoarutvikling fungerer

Innhold

- Repertoire Management
- Markedsanalyse
- Markedsplan for et gitt kommersielt musikkprodukt
- Alle nødvendige kontrakter knyttet til en kommersiell musikkproduksjon
- Utvikling av låt og innspilling
- Musikkmarkedet - segmentering og avanserte, kulturelle aspekter (utføre)
- Prosjektstyring

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger og workshops. Vi gjør oppmerksom på at antall plasser begrenses og studentene rangeres etter karakteren i forkunnskapskravet hvis flere søkere enn plasser.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Oppmøte på undervisning og veiledning.

Eksamen

Mappeevaluering i gruppe på inntil 6 personer. Mappa består av fire del-innleveringer som vektes likt i beregning av endelig karakter.

Mappa skal inneholde følgende elementer:

- Scrumboard
- Prosjektplan
- Møtereferater
- Timebudsjett
- Markedsføringsplan med budsjett
- Ett-to produkter etter avtale
- Rapport med beskrivelse av produksjonsprosessen, diskusjon av faglige problemstillinger knyttet til arbeidet og egenvurdering av oppnådd resultat
- Ferdige utarbeidede kontrakter som regulerer samtlige rettigheter knyttet til det endelige produktet

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen (her mappevurdering) står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innholdet i oppgaven.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3SER350 Informasjonsøkonomi og digitale markeder

Emnekode: 3SER350

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

3BED100 Virksomhetens økonomi eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om grunnleggende markedsteori og samfunnsøkonomisk effektivitet
- forstår informasjon som et økonomisk gode
- har kunnskap om hvorfor manglende informasjon i et marked og spesielle forutsetninger i markeder for digitale produkter kan føre til markedssvikt, samt samfunnsøkonomiske konsekvenser av dette
- har kunnskap om grunnleggende mikroøkonomiske modeller som er spesielt relevant for å analysere digitale markeder og kan anvende disse til å belyse valg av prisstrategi, konkurransestrategi, innovasjoner og trender i markeder for digitale produkter i et samfunnsøkonomisk perspektiv
- har kjennskap til hvordan reguleringer av markeder for digitale produkter kan

begrunnes ut i fra mikroøkonomisk teori

Ferdigheter

Studenten

- kan anvende grunnleggende mikroøkonomisk teori og modeller til å drøfte praktiske og teoretiske problemer knyttet til informasjon i markeder og markeder for digitale produkter, samt foreslå begrunnede løsninger
- kan innhente informasjon og fagstoff og framstille dette for å belyse problemstillinger innenfor informasjonsøkonomi og digitale markeder

Generell kompetanse

Studenten

- kan formidle grunnleggende mikroøkonomisk teori, problemstillinger og løsninger ved hjelp av en kombinasjon av grafiske modeller og skriftlig framstilling
- kan utveksle faglige synspunkter med andre studenter og samarbeide med andre om å løse praktiske og teoretiske problemer innenfor emneområdet

Innhold

- Informasjon som et økonomisk gode
- Fullkommen konkurranse og samfunnsøkonomisk effektivitet
- Monopolistisk konkurranse, oligopol og naturlig monopol
- Prisdiskriminering
- Transaksjonskostnader
- Fastlåsing og byttekostnader
- Kollektive goder
- Nettverksøkonomi
- Samarbeid og kompatibilitet
- Konkurranseloven og Konkurransetilsynets rolle
- Grunnleggende ikke-kooperativ spillteori
- Asymmetrisk informasjon

Arbeids- og undervisningsformer

Forelesninger, gruppearbeid og selvstudier. Det gis mulighet til å få én skriftlig tilbakemelding på utkast til besvarelse av mappeoppgavene underveis i semesteret, forutsatt at utkastet er levert innen frist angitt i undervisningsplanen.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Én innleveringsoppgave i gruppe på inntil tre personer.

Eksamen

2 dagers skriftlig, individuell hjemmeeksamen.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakter fra A-F, der E er laveste ståkarakter.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3PRA310 Ekstern praksis Music Business - Management

Emnekode: 3PRA310

Studiepoeng: 7,5

Semester

Vår

Språk

Norsk (engelsk ved behov)

Krav til forkunnskaper

Emner tilsvarende 120 studiepoeng innen Music Management må være fullført og bestått.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har kunnskap om arbeidslivet/organisasjon i musikkbransjen
- har kunnskap om organisering av sosial kompetanse/individuell kompetanse

Ferdigheter

Student

- har praktisk erfaring med og/eller bruk av de tillærte teorier i bransjen

Generell kompetanse

Studenten

- har kompetanse i å bygge nettverk

Innhold

Arbeidsoppgavene vil være knyttet til det daglige arbeidet i virksomheten, eller til spesielle prosjekter som arbeidsgiver ønsker gjennomført i løpet av praksisperioden.

Arbeids- og undervisningsformer

Ingen undervisning. Studentene vil bli fulgt opp av praksisverten. Studentene må levere tre underveisrapporter i løpet av praksisperioden og en sluttrapport etter gjennomført praksis.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

Oppmøte og gjennomføring må godkjennes av praksisverten. Praksisen skal vare minimum 3 måneder, med minimum 50 arbeidsdager. Tre underveisrapporter levert i Canvas i løpet av praksisperioden.

Eksamen

Praksisrapport.

Prestasjonen vurderes til bestått/ikke bestått.

Ansvarlig fakultet

Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

3BA303 Bacheloroppgave

Emnekode: 3BA303

Studiepoeng: 15

Semester

Høst / Vår

Språk

Norsk

Krav til forkunnskaper

Emner tilsvarende 135 studiepoeng fra Bachelor i Music Business må være fullført og bestått, herunder 3MET100 Metode og informasjonskompetanse - metode 1 og 3MET200 Metode og databehandling - metode 2, eller tilsvarende.

Læringsutbytte

Ved bestått emne har studenten oppnådd følgende læringsutbytte: Studenten skal ha tilegnet seg kunnskap og erfaringer innen fagområdet og med prosjektarbeid som arbeidsform. Gjennom dette skal studentene ha tilegnet seg følgende læringsutbytte:

Kunnskap

Studenten

- har dybdekunnskap innenfor selvvalgt del av studiets fagområde
- har forståelse for analytisk og metodisk arbeid, samt evne til refleksjon og systematisk/vitenskapelig vurdering

Ferdigheter

Studenten

- kan utarbeide konkret problemstilling av samfunnsmessig interesse innenfor studiets fagområde

- kan identifisere og vurdere litteratur og metoder som er relevant for problemstillingen
- kan gå i dybden på avgrensede problemstillinger og utarbeide konkrete løsningsalternativer på problemet
- kan planlegge og gjennomføre empirisk datainnsamling, samt å kunne analysere funnene etter vitenskapelige metoder – alternativt kunne gjennomføre analyse ved bruk av kvalitative metoder
- kan dokumentere og formidle resultatene fra prosjektarbeidet på en systematisk/vitenskapelig måte
- har kompetanse til å planlegge og utføre en selvstendig oppgave, formulere problemstillinger og analysere disse med utgangspunkt i både teoretisk og empirisk materiale, samt å gjennomføre en oppgave på en metodisk tilfredsstillende måte

Generell kompetanse

Studenten

- har innsikt i vitenskapelig redelighet og forståelse for etiske problemstillinger som er relevante for problemstillingen
- har bevissthet om problemstillingens og arbeidets konsekvenser for enkeltmennesker, virksomheten og samfunnet

Innhold

- Teoretisk prosjektarbeid består i å planlegge, gjennomføre og presentere en teoretisk problemstilling innen fagfeltet.

Arbeids- og undervisningsformer

Seminarer og veiledning. Tema for oppgaven kan enten bli foreslått av faglærerne, oppdragsgiver eller studentene kommer selv med forslag. Alle opplegg for oppgaver må godkjennes av oppnevnt veileder.

Studentene vil i nest siste semester bli gitt nærmere orientering om arbeidet. Bacheloroppgaven skrives normalt av to studenter. Bare unntaksvis skriver en student bacheloroppgaven alene.

Formen på veiledningen avtales mellom den enkelte veileder og student, men det stilles krav til at veiledningen foregår på bakgrunn av skriftlig materiale som studentene har sendt veileder på forhånd. Hvis studenten(e) ikke leverer, eller stryker på bacheloroppgaven, har vedkommende ikke krav på å få tildelt nye veiledningstimer.

Obligatoriske krav som må være godkjent før eksamen kan avlegges

- Deltakelse på to oppgaveseminarer, hhv. i oktober og november
- Innlevering av prosjektbeskrivelse innen 1. desember
- Frammøte på minst en veiledningstime
- Innlevering av oppmeldingskjema innen 1. mars

Eksamen

Bacheloroppgave i gruppe på to studenter, samt justerende muntlig eksamen. Muntlig eksamen kan bidra til justering av karakteren med én karakter opp eller ned individuelt.

Prestasjonen vurderes med graderte bokstavkarakterer fra A-F, der E er laveste ståkarakter. Ved gruppeeksamen står alle deltakerne i gruppa til ansvar for alt innholdet i oppgaven.

Ansvarlig fakultet

Handelshøgskolen Innlandet - Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap