



Humanistiska och teologiska fakulteterna

FBMA02, Förlags- och bokmarknadskunskap, 60 högskolepoäng

Book Publishing - Design and Marketing, 60 credits
Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av utbildningsledaren på delegation av prodekanen med ansvar för grundutbildningen vid HT-fakulteterna 2013-09-30 att gälla från och med 2013-09-30, vårterminen 2014.

Allmänna uppgifter

Kursen ges som fristående kurs. Den kan normalt ingå i en generell examen på grundnivå.

Undervisningsspråk: Svenska

Huvudområde

Kulturvetenskaper

Fördjupning

G2F, Grundnivå, har minst 60 hp kurs/er på grundnivå som förkunskapskrav

Kursens mål

Efter avslutad kurs ska den studerande

Kunskap och förståelse

- kunna på ett fördjupat sätt beskriva förlag och närliggande verksamheter samt den utveckling och de förändringar som sker inom förlags- och bokbranschen avseende olika medier,
- kunna på ett fördjupat sätt beskriva praktiskt förlagsarbete och då särskilt redaktörens och förläggarens roll,
- kunna beskriva det mest centrala i den upphovsrättsliga lagstiftningen,
- kunna beskriva produktionsprocessen samt bokförlagets marknadsföring, ekonomi och distribution,
- kunna redogöra för och förklara grundläggande begrepp, idéer och terminologi som gäller för bok- och förlagsmarknadens viktiga områden såsom redaktionellt arbete, produktion, marknadsföring, marknadsanalys och förlagsekonomi,

- kunna översiktligt redogöra för bok- och förlagshistoria från 1450 till i dag både i ett nationellt och internationellt perspektiv,

Färdighet och förmåga

- kunna tillämpa färdigheter inom ramen för redaktörens arbete: visa språklig kompetens genom god förmåga att korrekturläsa, redigera manus, skriva flik- och baksidestexter (copywriting), samt söka efter och bedöma bildmaterial,
- kunna tillämpa grunderna inom grafisk formgivning (både gällande läsbarhet och estetik) och behärska centrala funktioner i text- och bildredigeringsverktyg,
- kunna beställa framställandet av en bok och övervaka dess väg genom produktionsprocessen samt kunna tillämpa detta på digital utgivning,
- kunna beräkna en budget och göra kalkyler för en enskild produkt, samt kunna planera och genomföra en marknadsplan,
- kunna redogöra för bokens väg från förlag till konsument och kunna tillämpa pr-verktyg vid utgivning t.ex. pressrelease och copy,
- kunna tillämpa kulturteoretiska perspektiv både på historiskt material och på den samtida bokmarknaden,
- kunna formulera och avgränsa en frågeställning genom att skriva en uppsats, självständigt eller i par,
- kunna genomföra arbeten på utsatt tid och förhålla sig till uppsatta deadlines,

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- kunna analysera olika målgrupper och marknadssegment vad avser bokutgivning samt kunna diskutera utgivning, formgivning, marknadsföring och pr i relation till olika målgrupper,
- kunna bedöma och hantera manus utifrån en tänkt utgivningsprofil och målgrupp,
- kunna i dialog med andra förhålla sig kritiskt till vetenskapliga arbeten,
- kunna värdera betydelsen av förlags- och bokbranschen för det samtida samhälls- och kulturlivet samt omvänt värdera hur förändringar i medier, teknik, kultur och samhället påverkar bokbranschen,
- kunna kritiskt och vetenskapligt förhålla sig till problemställningar inom ramen för förlags- och bokmarknadskunskap med hjälp av kulturteoretiska begrepp.

Kursens innehåll

Kursen består av följande delkurser:

1. Redaktionellt arbete, 15 högskolepoäng,
2. Bok- och förlagshistoria, 5 högskolepoäng,
3. Produktion och design, 5 högskolepoäng,
4. Digital utgivning i teori och praktik, 5 högskolepoäng,
5. Marknadsföring och marknadsanalys, 15 högskolepoäng,
6. Kulturteori, 7,5 högskolepoäng,
7. Uppsats, 7,5 högskolepoäng.

I kursen behandlas främst olika delar av praktiskt förlagsarbete: Redaktionellt arbete, Produktion och design, Marknadsföring och marknadsanalys samt Digital utgivning. I dessa fyra praktiska kurser behandlas förlagets inre redaktionella arbete med bland annat manusbearbetning, copy och juridik, produktion av tryckt bok genom dtp (desktop publishing) och kunskaper i modernt tryck, produktion av digital utgivning och konsekvenser av denna för förlagets arbete och slutligen en marknadskurs omfattande bland annat marknadsplan, att räkna på denna samt analys och kunskap

om olika marknadssegment genom olika teman. Dessa teman kommer att variera, exempel på teman är deckare, barnlitteratur och läromedel.

I delkursen Bok- och förlagshistoria behandlar bokmarknaden från 1450-talet till millennieskiftet. I delkursen Digital utgivning behandlas den samtida bokmarknaden med inriktning mot digital utgivning. Kursen avslutas med en delkurs i kulturteori som appliceras på bokmarknaden samt en delkurs innehållande uppsats med inriktning mot samtida bokmarknad.

Kursens genomförande

Undervisningen består av föreläsningar, gruppövningar, studiebesök, handledning samt obligatoriska seminarier och workshops.

Kursens examination

Delkurs 1: inlämningsuppgifter (exempelvis copy, saga, bildredigering, manusbearbetning, korrekturläsning, paper), salstentamen, obligatoriska seminarium, examinerande workshop.

Delkurs 2: obligatoriska seminarier, salstentamen.

Delkurs 3: produktion av designat material.

Delkurs 4: produktion av designat digitalt material, självständigt paper, obligatoriskt seminarium.

Delkurs 5: marknadsplan (skriftlig samt muntlig presentation), ekonomiuppgift, marknadsanalyser samt fördjupning, press release, examinerande workshops) samt obligatoriska seminarium.

Delkurs 6: två paper, ett obligatoriskt seminarium med opposition, hemtentamen.

Delkurs 7: uppsats (skrivs i par eller självständigt), obligatoriskt seminarium samt opposition.

Prov/moment för denna kurs finns i en bilaga i slutet av dokumentet.

Betyg

Betygsskalan omfattar betygsgraderna Underkänd, Godkänd, Väl godkänd.

För betyget godkänd på hela kursen krävs minst betyget godkänd på samtliga delkurser.

För betyget väl godkänd krävs betyget väl godkänd på minst 30

högskolepoäng samt betyget godkänd på resterande högskolepoäng. Vid gränsfall tillmäts fortsättningskursen, delkurs 5 -7(30 högskolepoäng), större vikt.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs minst 60 högskolepoäng eller motsvarande kunskaper.

Övrigt

1. Kursen ersätter FBMA01
2. Poängtalen för kursinnehåll som helt eller delvis är gemensam med en annan kurs får endast tillgodoräknas en gång i examen. För ytterligare information hänvisas till aktuellt anmälnings- och informationsmaterial

3. Kursen ges av Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet

4. Delkursernas namn på engelska:

1. Editorial work,
2. Book and publishing history,
3. Production and design,
4. Digital publishing in theory and practice,
5. Marketing and market analysis,
6. Cultural theory,
7. Paper.

Prov/moment för kursen FBMA02, Förlags- och bokmarknadskunskap

Gäller från H13

- 1311 Redaktionellt block: Paper, introduktion till förlagsarbete, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1312 Redaktionellt block: Redaktionellt arbete, 10,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1313 Redaktionellt block: Förlagsjuridik, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1320 Bok- och förlagshistoria, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1330 Produktion och design, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1340 Digital utgivning i teori och praktik, 5,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1351 Marknadsblock: Pressrelease, 1,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1352 Marknadsblock: Marknadsplan, 3,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1353 Marknadsblock: Företagsekonomi, 2,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1354 Marknadsblock: Marknadsföring och marknadsanalys, 9,0 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1360 Kulturteori, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd
- 1370 Uppsats, 7,5 hp
Betygsskala: Underkänd, Godkänd, Väl godkänd