LUNDS UNIVERSITET

Humanistiska och teologiska fakulteterna

FBMA05, Förlags- och bokmarknadskunskap: Grund- och fortsättningskurs, 60 högskolepoäng

Publishing Studies: Level 1 and 2, 60 credits

Grundnivå / First Cycle

Fastställande

Kursplanen är fastställd av Prodekanen med ansvar för grundutbildning vid de humanistiska och teologiska fakulteterna 2023-06-14 (U 2023/473) och senast reviderad 2025-05-26 av Prodekanen med ansvar för utbildning på grundnivå och avancerad nivå vid Humanistiska och teologiska fakulteterna (U 2025/476). Den reviderade kursplanen träder i kraft 2025-09-01 och gäller från och med vårterminen 2026.

Allmänna uppgifter

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

Undervisningsspråk: Svenska

Huvudområde	*Fördjupning*
Kulturvetenskaper med specialisering i förlags- och bokmarknadskunskap	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 bokmarknadens struktur både i ett nationellt och internationellt perspektiv,
- kunna redogöra för bokens väg från förlag till konsument,

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 inom ämnet (både gällande läsbarhet och estetik) och behärska centrala funktioner i layout- och formgivningsverktyg,
- 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 tillämpa pr-verktyg vid utgivning,
- kunna tillämpa kulturteoretiska perspektiv 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,
- 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

Värderingsförmåga och förhållningssätt

- 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. Introduktion till förlags- och bokmarknadskunskap, 3 högskolepoäng,
2. Redaktionellt arbete, 10 högskolepoäng,

3. Förlagsjuridik, 3 högskolepoäng,
4. Produktion och design, 7 högskolepoäng,
5. Digital utgivning och spridning, 7 högskolepoäng,
6. Marknadsföring och marknadsanalys, 10 högskolepoäng,
7. Marknadsplan, 3 högskolepoäng,
8. Förlagsekonomi, 2 högskolepoäng,
9. Kulturteori, 7,5 högskolepoäng,
10. Uppsats, 7,5 högskolepoäng.

I kursen behandlas främst olika delar av praktiskt förlagsarbete: redaktionellt arbete, bokproduktion och layout, marknadsföring och marknadsanalys samt digital utgivning och spridning. I de praktiska kurserna behandlas förlagets inre redaktionella arbete, bland annat manusbearbetning, copy och juridik, produktion av tryckt bok och kunskaper i modernt tryck. Därutöver behandlas produktion av digital utgivning och konsekvenser av denna för förlagets arbete. Det ingår även en marknadskurs som omfattar arbete med marknadsplaner. Här ingår att räkna på sådana samt analys av och kunskap om olika marknadssegment genom olika teman. Dessa teman kommer att variera, exempel på teman är deckare, barnlitteratur och läromedel. 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.

Delkurs 1 innehåller en obligatorisk workshop.

Delkurs 2 innehåller 1-3 obligatoriska seminarier.

Delkurs 5 innehåller ett obligatoriskt seminarium.

Delkurs 6 innehåller obligatoriska moment enligt 4-6 korta skriftliga reflektioner, samt 4-6 workshops och 4-6 seminarier.

Delkurs 10 innehåller max 5 obligatoriska seminarier.

Utebliven närvaro vid obligatoriska seminarier och workshops kompletteras med skriftlig uppgift.

Kursens examination

Delkurs 1 examineras genom ett paper.

Delkurs 2 examineras genom 4-6 inlämningsuppgifter (exempelvis copy, saga, bildredigering, manusbearbetning, korrekturläsning, textbearbetning).

Delkurs 3 examineras genom en salstentamen.

Delkurs 4 examineras genom produktion av designat material.

Delkurs 5 examineras genom undersökning med skriftlig rapport, produktion av designat digitalt material samt ett självständigt paper.

Delkurs 6 examineras genom 2 marknadsanalyser som presenteras muntligt och skriftligt.

Delkurs 7 examineras genom en marknadsplan som redovisas muntligt samt skriftligt.

Delkurs 8 examineras genom en ekonomiuppgift som redovisas skriftligt.

Delkurs 9 examineras genom en hemtentamen samt 3 mindre skriftliga uppgifter.

Delkurs 10 examineras genom en uppsats (som skrivs i par eller individuellt).

Om det vid omtentamen inte är möjligt att genomföra ordinarie examinationsform kan denna frångås, om det där förenligt med kursmålen.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt studentstöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

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 därutöver betyget Väl godkänd på minst 17,5 högskolepoäng. I dessa 17,5 VG måste Delkurs 10, Uppsats ingå.

Förkunskapskrav

För tillträde till kursen krävs minst 60 högskolepoäng i valfritt ämne.

Övrigt

- Kursen ges av Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet
- Kursen ersätter FBMA03 och FBMA04.
- 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.
- Delkursernas namn på engelska:
    1. Introduction to Publishing Studies
    2. Editorial Work,
    3. Publishing Law,
    4. Production and Design,
    5. Digital Publishing and Distribution,
    6. Marketing and Market Analysis,
    7. Marketing Plan,
    8. Publishing Economy,
    9. Cultural Theory,
    10. Paper.