Musicbusiness basic

Lebensalltag des Musikers/Berufskunde

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Musik > Bachelor Musik > Jazz und Pop > Instrumental / Vokal Jazz
Bisheriges Studienmodell > Musik > Bachelor Musik > Jazz und Pop > Instrumental / Vokal Pop

Nummer und Typ	BMU-PJAPO-MOMA-12.20H.002 / Moduldurchführung
Modul	Musicbusiness basic
Veranstalter	Departement Musik
Leitung	Christoph Merki
Minuten pro Woche	120
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Bestandene Modulprüfung Ende 2. Jahr
Lehrform	Gruppenunterricht
Zielgruppen	Studierende im 3. Jahr BA J&P
Lernziele / Kompetenzen	- Kenntnisse über Realien des heutigen Musikgeschäfts, der heutigen Musikszene. - Sensibilisierter Umgang mit Fragen um Musik an der Schnittstelle zu Gesellschaft, Ökonomie und Politik. Reflektierter Umgang mit Legitimationsfragen rund um Musik. - Kenntnisse über Entstehung und Mechanik der modernen Musikwirtschaft: vom frühen Verlagswesen bis zu aktuellen Fragen. - Kenntnisse über Fragen der Stellung des Musikers in der Gesellschaft, über Berufsverbände etc. - Kenntnisse zu wichtigen Schlüsselbereichen im praktischen Leben eines Berufsmusikers: Kulturförderung in Kommunen sowie beim Bund / Sponsoring / Arbeit einer Musikagentur / Juristische Fragen: Urheberrecht und Vertragsrecht / Arbeit eines Plattenlabels / Produktion einer CD / Musik und Öffentlichkeit: Zusammenarbeit mit Medien: Radio, Print, Internet; Pressedokumentation. - Kenntnisse zu Fragen der Positionierung eines eigenen Projektes in der Szene. Arbeit eines Bandleaders und Sidemans. Soziologie eines Ensembles. - Aufbau von Kontakten zu verschiedenen Institutionen und Organisationen im Berufsfeld Musik. - Verknüpfung von Theorie und Praxis: Erfolgreicher Umgang mit Institutionen und Organisationen im Feld Musik durch deren Kenntnis und durch Wissen um „Psychologie“ und Arbeitsrealität jeweiliger Akteure. - Fähigkeit, Interdependenzen zwischen einzelnen Bereichen im Musikgeschäft zu sehen und zu nutzen. - Sinn für Professionalität: Langfristiges Denken, Seriosität als Grundhaltung, effiziente Kommunikation. - Kommunikationsfähigkeit: Organisationsfähigkeit im Hinblick auf eigene Projekte, Begeisterungsfähigkeit beim Aufbau eigener Projekte, Verhandlungsgeschick im Umgang mit Institutionen - Teamfähigkeit: Fähigkeit, ein Ensemble erfolgreich aufzubauen und zu leiten und zu positionieren. - Wachheit für soziale und ethische Fragen: Fähigkeit, an aktuellen gesellschaftspolitischen Diskussionen teilzunehmen. - Kritisches Urteil: etwa Fähigkeit zur Unterscheidung von verschiedenen Arten der „Kulturarbeit“ zwischen Markt und durchaus auch Marktverweigerung.

	- Selbstbewusstes und geschicktes Herantreten an Institutionen der Musikszene.
Inhalte	Referate des Kursleitenden sowie von einschlägigen Experten und Akteuren aus und zu den jeweiligen Bereichen der Musikwirtschaft: Labelvertreter, Medienvertreter, Vertreter einschlägiger Organisationen, Musikjuristen, Betreibern von Musikagenturen, Vertretern aus dem Verbandswesen und weitere mehr.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	- schriftliche Arbeiten, Übungen und Berichte - Testierung von Kursen, Modulen
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden
Bemerkung	Der Kurs erlaubt sich eine gewisse Varianz bei seinen jeweiligen Fragestellungen. Es geht darum, sensibel auf die Aktualität reagieren zu können.