

Projektledarutbildning (30 hp)

Delkurs 1. Projektledning i det kulturella fältet. Teori och metod. (7,5 hp)

Blomberg, Jesper, *Myter om projekt* (Stockholm/Nerenius & Santéus, 1998). 130 s.

Carlsson, Helén & Nilsson, Agnete, *Arbeta i projekt: Handbok för dig som vill veta mer* (Höganäs/Kommunlitteratur, 2007). 2 upplagan. 143 s..

Nilsson, Björn, *Samspel i grupp* (Lund/Studentlitteratur, 2005). 184 s.

+ artiklar i urval efter lärares anvisning.

Delkurs 2. Ekonomisk planering, organisation och marknadsföring (7,5 hp)

Alvesson, Mats, *Organisationskultur och ledning* (Malmö/Liber, 2001). 326 s.

Chong, Derrick, *Arts management*, (London/Routledge, 2002).

Forsberg, Kevin m.fl., *Visualizing Project Management: Models and Frameworks for Mastering Complex Systems* (New York/Wiley & Sons, 2005).

Kolb, Bonita, *Marketing for cultural organisations: New strategies for attracting audiences to classical music, dance, museums, theatre & opera*. (London/Thomson Learning, 2005) 2. ed.

Rosén, Jan, *Medie- och immaterialrätt* (Uppsala/Iustus förlag, 2003). 248 s.
alternativt:

Rosén, Jan. *Upphovsrättens avtal: Regler för upphovsmäns, artisters, fonogram-, film- och databasproducenters, radio- och TV-bolags samt fotografers avtal* (Stockholm/Norstedts Juridik, 2006). 3 upplagan. 451 s.

Tonnquist, Bo, *Projektledning* (Stockholm/Bonnier Utbildning, 2009). 400 s.

+ artiklar i urval efter lärares anvisning.

Delkurs 3. Projektarbete, skriftlig gruppuppgift (7,5 hp)

Kulturekonomi. Konsten att fånga osynliga värden, red. Ayata Binnaz (Lund/Studentlitteratur, 2007). 375 s.

Selnes, Fred, *Introduction to marketing management principles* (Oslo Acedemic Press, 2010). 318 s.

Stenström, Emma, *Konstiga företag* (Stockholm/Natur & Kultur, 2009). 217 s.

+ artiklar i urval efter lärares anvisning.

Referenslitteratur

Engwall, Mats, *Jakten på det effektiva projektet* (Stockholm/Nerenius & Santéus, 1999). 272 s.

Grönkvist, Uno, *Sponsring & eventmarketing* (Näsviken/Björn Lundén information, 2000). 256 s.

Gummesson, Evert, *Many-to-Many Marketing* (Malmö/Liber ekonomi, 2004). 244 s.

Hill, Elisabeth m.fl., *Creative Arts Marketing* (Oxford/Butterworth-Heinemann, 1995). 360 s.

Kotler, Philip, *Kotlers marknadsföring: Att skapa, vinna och dominera marknader* (Malmö/Liber ekonomi, 1999). 280 s.

Svensson, Lennart & von Otter, Casten, *Projektarbete: Teori och praktik* (Stockholm/Santéus, 2000). 256 s.