How to create an entrepreneurship curriculum for music students

Thomas Arctaedius

# Abstract

Entrepreneurship education at universities is growing quickly across the globe, developing from being something taught primarily at business schools to a subject included in almost all types of university programs. In this paper we will discuss how to define entrepreneurship for music students based on a music college specific situation and background and use that definition to suggest a musical entrepreneurship curricular on bachelor level based on the practical knowledge of teachers and researcher at the school.

Entrepreneurship is a broad concept with many different meanings in different environments and contexts. Furthermore, in an academic art and music environment the word entrepreneurship sometimes/often come with negative connotations. In order to create a new curriculum, we wanted to start with understanding existing courses and activities at the school to map out needs and current level of knowledge of the entrepreneurship concept.

The underling idea of the curriculum is that entrepreneurship is to be understood as “an individual’s ability to turn ideas into action” and is therefore an important competence for students at the college. Entrepreneurship is a field of study that generates—rather than discovers or encounters—its subject matter, which must influence the contents of a modern entrepreneurship course

The created entrepreneurship course strives to prepare the students for a work situation after completing their education at college. For most students this means a work situation where they will not be able to get permeant positions. The course therefore focuses on teaching entrepreneurial tools and methods that students can use to create and deliver value based in their creative and artistic work. The set-up of the course is based on the “Method World” as described by Neck and Green (2011)

The course was developed based on experiences from other artistic entrepreneurship educations combined with a recent research. The result is a 5 ects course supported by extra-curricular facilities.

# Bakgrund

Under de senaste åren har det skett en snabb utveckling vad gäller entreprenörskapskurser på universitetsnivå. I USA har ökningen av entreprenörskapskurser gått snabbt, från 93 högskolor/universitet 179 till 1600 år 2004 (Farlie 2009).

I Europa har utvecklingen gått något långsammare, år 2004 var antalet professorer i entreprenörskap 100 medan i USA fanns ca 400 (Katz, 2004) (Wilson 2008). En sökning på webbplatsen antagning.nu ger idag (juli 2019) 152 träffar på utbildningar som innehåller ordet entreprenörskap

Det finns många aktörer i samhället som argumenterar för behovet av att fler personer lär sig mer om entreprenörskap och småföretagande. Förutom politiker som ser entreprenörskap som ett sätt att öka tillväxt och företagande nationellt eller regionalt finns det intresseorganisationer som argumenterar för behovet av entreprenörskap. Under de senaste tio åren har det dessutom i ökad grad tillkommit en syn att entreprenör­skap kan bidra till att lösa olika typer av sociala eller samhällsutmaningar, så kallat socialt entreprenörskap eller samhällsentreprenörskap. Det finns även många organisationer som av kommersiella skäl ser möjligheter att sälja produkter och tjänster till nya bolag och personer som är intresserad av entreprenörskap, exempelvis, kontorshotell, rådgivare, revisorer, finansiering mm. Dessa tjänster förpackas ofta under namn som ”inkubator” ”start-up houses” och så vidare.

På EU nivå dök frågan kring anställningsbarhet och entreprenörskap för högre utbildningar upp i samband med Bologna-processen. I London konferensens kommuniké ”Towards the European Higher Education Area: responding to challenges in a globalised world” sades bland annat att högre utbildningar syfte ska vara att ”preparing students for life as active citizens in a democratic society; preparing students for their future careers and enabling their personal development; creating and maintaining a broad, advanced knowledge base; and stimulating research and innovation” och “We urge institutions to further develop partnerships and cooperation with employers in the ongoing process of curriculum innovation based on learning outcomes. (Ministerial Conference London 2007 XXX)

För universitet och högskolor finns även en utmaning kring det som tidigare kallades för universitetens ”Tredje uppgift” dvs samverkan med det omgivande samhället som oftast även fick innebära arbete med nyttiggörande och kommersialisering av forskningen genom innovationer, patent och bolagsavknoppningar. Denna verksamhet organiseras ofta tillsammans med utbildningar i entreprenörskap på olika sätt. Många universitet och högskolor har även verksamhet som ger stöd till studenter och forskare kring entreprenörskap. Ofta vill universitet och högskolor, som en del av studenternas arbetsmarknadsanknytning och förmåga att få ett jobb efter utbildningen, stötta studenter, inte bara som en enkel arbetsförmedling utan även med stöd kring entreprenörskap. Entreprenörskapskunnade ses då som ett sätt att inte bara ”söka jobb” efter utbildningen utan också att ”skapa jobb” till sig själv (och andra). Dessa frågeställningar berör universitetet samlade strategi och ambition kring entreprenörskap. Burton Clarc laserade i sin bok XXX (Burton) tanken på det ”entreprenörilla universitet” som ett sätt för universitet att dra nytta av entreprenörskap för att stärka sin autonomi och kvalitet.

Även inom konstnärliga och musikaliska utbildningar har frågan om entreprenörskapsstöd och entreprenörskapsutbildnings kommit att diskuteras under de senaste åren. Inom högre utbildningar i musik i Europa har organisationen AEC XXXX som är en medlemsorganisation för musikhögskolor i Europa under 2010-taet drivit frågan kring musik och entreprenörskap i olika projekt och arbetsgrupper. Sedan 2016 innehåller AECs webb en speciell avdelning kring entreprenörskap. Där säger man bland annat “However, the benefits of entrepreneurship education are not limited to start-ups, innovative ventures and new jobs. Entrepreneurship refers to an individual’s ability to turn ideas into action and is therefore a key competence for all, helping young people to be more creative and self-confident in whatever they undertake.”

En annan faktor som troligen påverkat intresset före entreprenörskapsutbildning inom konst och musik kommer från synen på kulturens betydelse för lokal och regional tillväxt som startade under 1990-talet efter John Myerscoughs studie ”The Economic Importance of the Arts in Britain” från 1988. Det brukar anses som en av de första vetenskapliga studier där kulturens och konstens betydelse för samhällsekonomin i stort lyfts fram. Tanken är att kulturen stärker platsers attraktivitet, vilket i sin tur leder till sysselsättning och tillväxt för regional utveckling och turism i synnerhet.

I Sverige skapades uttrycket ”kulturella och kreativa näringar” KKN. I dessa näringars kärna ligger det konstnärliga arbetet och kulturarvets miljöer. Projekt kring kulturella och kreativa näringar vid regionala högskolor stöddes ekonomiskt av den från löntagarfondspengar 1994 bildade KK-stiftelsen.

# Entreprenörskap – begreppet

Entreprenörskap är ett komplext och ofta missförstått begrepp. Entreprenör som begrepp är gammalt (i franska sedan medeltiden), den ursprungliga betydelsen i svenska språket är en person som tar på sig att utföra entreprenadarbeten men började användas i vår nuvarande betydelse under första halvan av 1900-talet i och med Joseph Schumpeters arbeten. Schumpeter var en mycket framträdande 1900-tals-ekonom. som formulerade en teori om entreprenörskap. Han kopplade entreprenören med en innovatör och mönsterbrytare - en person som utmanar och rubbar jämvikten på marknaden och drar nytta av detta. Enligt Schumpeters neoklassiska teori är en entreprenör en skapare av "kreativ förstörelse" på marknaden – detta i sin tur kopplat till innovationer, det vill säga nya produkter och processer.

Enligt Richard Swedberg (2006) var Joseph Schumpeter en stor konstälskare. I första utgåvan från 1911 av ”Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung” skriver han att en verklig konstnär bör konceptualiseras som en entreprenör och att både konstnären och entreprenören är dynamisk, aktiva, energiska och har ledaregenskaper. Den kapitlet av boken tog Schumpeter bort till andra utgåvan som gavs ut på 30-talet.

Utvecklingen av entreprenörskap inom nationalekonomin tog sig olika riktningar. När Birch (1979, 1981) tog fram forskning som visade att huvuddel av nya jobb i USA skapades i småbolag. Birch visade att 66% procent av alla jobb i USA under perioden 1969-1976 skapades i firmor med färre än 20 anställda och 81,5% av jobben i bolag med färre än 100 anställda. Detta blev starten för ett intresse av entreprenörskap inom företags­ekonomi och entreprenörskapsforskning fokuserades mycket under en lång period på småföretagande och nya bolag.

Forskningsfältet entreprenörskap är ett relativt nytt område, den första akademiska konferensen om entreprenörskapsforskning skedde hösten 1970 vid Perdue School of Business USA. Då samlades 12 forskare för att diskutera sin forskning.

I dag är entreprenörskap multidisciplinärt vilket innebär att entreprenörskapsforskning bedrivs inom flera olika discipliner såsom data- och systemvetenskap, psykologi, företagsekonomi, sociologi, socialantropologi och nationalekonomi. En förskjutning av området har skett från ett fokus på företaget och affären till fokus på entreprenörskaps-processen.

2007 använde Nutek, Verket för näringslivsutveckling följande definition:

*”Entreprenörskap är en dynamisk och social process, där individer, enskilt eller i samarbete, identifierar möjligheter och gör något med dem för att omforma idéer till praktiska och målinriktade aktiviteter i sociala, kulturella eller ekonomiska sammanhang.”*

Detta är ett exempel på en definition av entreprenörskap som inkluderar andra typer av områden och värden en de rent ekonomiska.

Vad gäller entreprenörskap inom konst och kultur används tre olika begrepp - konstnärligt, kulturellt och kreativt entreprenörskap. Begreppen är långtifrån tydliga, tex så gjorde Hausmann and Heinze (2016) en litteraturstudie för att försöka skilja mellan, konstnärligt, kulturellt och kreativt entreprenörskap. De drog slutsatsen att kulturentreprenörskap är den term som används oftast (det material de studerade var vetenskapliga peer-granskade artiklar) De finner dock även att definitionerna varierade mycket mellan olika författare.

Paul Dimaggio (1981) gjorde termen kulturellt entreprenörskap känt med sin artikel “Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston: the creation of an organizational base for high culture in America” där han använder begreppet för att beskriva en gruppering och deras arbete som låg bakom framväxten av oberoende kulturella institutioner.

Det finns en del forskning kring konstnärligt, kulturellt och kreativt entreprenörskap Albrektsson har gjort en genomgång där han bland annat lyfter fram Stenström (2000) (Henry, 2007) (Sorin and Sessions, 2015) och (Scherdin and Zander, 2011) arbete som diskuterar entreprenörskap i kultur- och konstsammanhang. Aggestam’s (2007) har studerat entreprenörskap i svensk musikindustri. Annan svensk forskning har gjorts av Guillet de Monthoux et al. (2007). Och Mangset and Sigrid (2009)

AEC ger följande definition:

*”Entrepreneurship refers to an individual’s ability to turn ideas into action and is therefore a key competence for all, helping young people to be more creative and self-confident in whatever they undertake.”*

J.C White skrev I sin artikel “Toward a Theory of Arts Entrepreneurship” (2015):

*Arts Entrepreneurship refers to the process of overcoming common challenges and historical barriers to the production, distribution, exhibition and preservation of art.*

En definition som fungerar bra för många sorters entreprenörskap är den enkla versionen:

*Entreprenörskap är en metod för att skapa, leverera och sprida värde - ekonomiskt, socialt eller kulturellt värde.*

Eller alternativ för att förenkla ytterligare och tydliggöra den mer generella metoddelen :

*Entreprenörskap som metod för att gå från idé till handling*

## Motståndet

Inom konsten finns ett visst motstånd mot termen entreprenör, även om bilden av ordets betydelse är komplex. Albinnson har i intervjuer funnit visit stöd för en tveksamhet eller motstånd mot begreppet. Men skriver även I samma artikel att “ From previous work experience in music management I know that musicians in the more “arty” music businesses would hesitate to call themselves entrepreneurs”, regardless of whether they actually function more or less in line with what we associate with entrepreneurial processes.”

Ablinsson fortsätter med att konstatera at enligt hans uppfattning skulle det vara bättre om musiker skulle acceptera att vad de gör är entreprenörskap och att entreprenöriella metoder kan läras och användas i deras professionella karriärer. ”If musicians are not taught entrepreneurship skills during their formative years, they will acquire a skewed view on the (non‐profit) music business.”

Det verkar också vara så att studenter inom konst, design och media är obekväma med att kalla sig själva entreprenörer. Detta trots att när de får beskriva egenskaper hos entreprenörer så ger de egenskaper som de själva värdera och uppskattar. (från CREATING ENTREPRENEURSHIP)

Till del kan motståndet mot begreppet i Sverige tänkas härröra från kulturpolitiken som växte fram under 1990-talet. I förlängningen av diskussionen kring KKN och kulturens och konstens betydelse för regional tillväxt utvecklades tanken på konstnären som entreprenör och rationell aktör på marknaden, en omstridd uppfattning om konstnärens drivkrafter och självsyn.

Ett exempel på den synen är att i december 2007 utser en, relativt nytillträdd, borgerlig regering IT-entreprenören Johan Stahl von Holstein till styrelseledamot för kulturrådet, något som blev mycket kritiserat och han lämnar också kulturrådet redan i september 2008.

Albinnson In a recent article (Albinsson, 2017), I tried to find some clarity in the multifaceted use of the term “cultural entrepreneurship”. I suggested that researchers should adopt a “quadruple bottom line of cultural entrepreneurship” to define their use of the concept. The four variables or cornerstones in this model are: (1) economic prosperity, (2) social change, (3) artistic innovation, and (4) institutional development. The “institutions” in the fourth variable should be understood in the anthropological terms common in institutional economics (North, 1991). – TA bort?

## Utbildning i entreprenörskap

Att acceptera att musiker kan ha användning av entreprenörskap kunnande i sitt yrkesliv leder till att man både kan och bör utbilda i entreprenörskap vid musikhögskolor. Man bör då utgå från definitioner som inte kopplar entreprenörskap med företagande och skapa ekonomisk värde utan snarare ifrån definitioner som bygger på mera allmänna entreprenörskaps delar som att gå från idé till handling eller entreprenörskap som sätt att göra studenter (mer) förberedda på att möta (arbets-) marknaden eller ett med entreprenörskaps utbildning ge studenterna verktyg och metoder för att kunna omvandla sitt konstnärliga skapande till försörjningsmöjligheter.

Den senaste alumundersökningen vid KMH ger stöd till tanken att lärosätet bör ge studenterna mer kunskap kring entreprenörskap. På frågan ”vad saknade jag i utbildningen” kom överst ”förberedelse för yrkeslivet” och på tredje plats ”frilanskunskap” vilket kan uttydas som entreprenörskapskunskap KMH alumnundersökning.

Utbildming i entreprenörskap vid en konstnärlig högskola bör inte kopiera entreprenörskapsutbildningar från Handelshögskolor eller tekniska universitet

Inte heller bör en entreprenörskapskurs på en musikhögskola baseras på idéer om innovation som tex G Beckman 2005 argumenterar för. Istället ska tanken på innovativa och helt nya idéer tonas ner, entreprenörskap handlar om verktygen och hantverket inte om nya innovativa idéer.

En av de senaste modellerna för att undervisa i entreprenörskap, har skapats av Babson professorerna Heidi Neck och Patricia Greene. De har i sin artikel "Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers." beskrivet olika angreppsätt för hur man kan undervisa i entreprenörskap som de kallar Entreprenören (The Entrepreneur world), Processen (The process world) och Kognition (The Cognition world) Från dessa har de föreslaget ett nytt angreppssätt kallat Metod (Entrepreneurship as a Method)

Angreppsättet ”entreprenören” idolisera entreprenörer som en superperson som har speciell talang för entreprenörskap och många mycket goda egenskaper. Typexemplet på en entreprenör är då oftast en vit man och framgången mäts i ekonomisk framgång. Undervisningen är då oftast ett traditionellt föreläsande där olika kompetenser för en framgångsrik entreprenör lärs ut. Ofta används gästföreläsare där framgångsrika förebilder som framgångsrika entreprenörer får berätta om sina erfarenheter, ofta kallt ”sin resa”.

Angreppsättet “processen” lär ut entreprenörskap som en stegvis linjär process, från identifiering av möjlighet via prototyp- eller konceptutveckling, resursanskaffning, implementering och “exit” dvs framgångsrik försäljning av det skapade bolaget. Den bakomliggande idén är att planering är nödvändigt och affärsplanen ges stor betydelse. Enligt Neck & Green är detta den vanligaste sättet att undervisa i entreprenörskap, med stor vikt lagt på att lära sig utvärdera möjligheter, analysera genomförbarhet och affärsutveckling.

Angreppsättet ”kognition” fokuserar på entreprenörerna och hela teamets lärande och uppfattningar. Man lär ut hur att ”tänka entreprenöriellt” för att identifiera möjligheter och hitta fördelar. Kurserna behandlar beslutsprocesser, ända från beslutet att bli entreprenör och inkluderar tankar kring entreprenörens ”mag-känsla” inför olika beslut. Undervisningen inkludera genomgång av olika exempel och ”use-cases” samt att arbeta med egna projekt och exempel

Det angreppsätt som Neck & Green föreslår kallar de för ”metod” I deras modell innebär angreppssättet Metod att lära ut en uppsättning verktyg och metoder som hjälper studenterna att förstå, utveckla och öva de färdigheter och tekniker som behövs för lyckat entreprenörskap. Metoderna man lär ut ska fungera på alla studenter oavsett tidigare erfarenheter eller kunskap. Stor vikt läggs vid att varje student förstår sin bild av och sin plats i en ”entreprenöriell värld” Metoden är inkluderande i mening av att definitionen av entreprenörskap expanderas att inkludera många typer av genomförande. Det innebär att framgång är flerdimensionellt och personligt präglat. Fokus i undervisningen är på att göra och sen lära sig, det innebär att reflektion är en mycket viktig del i lärandet.

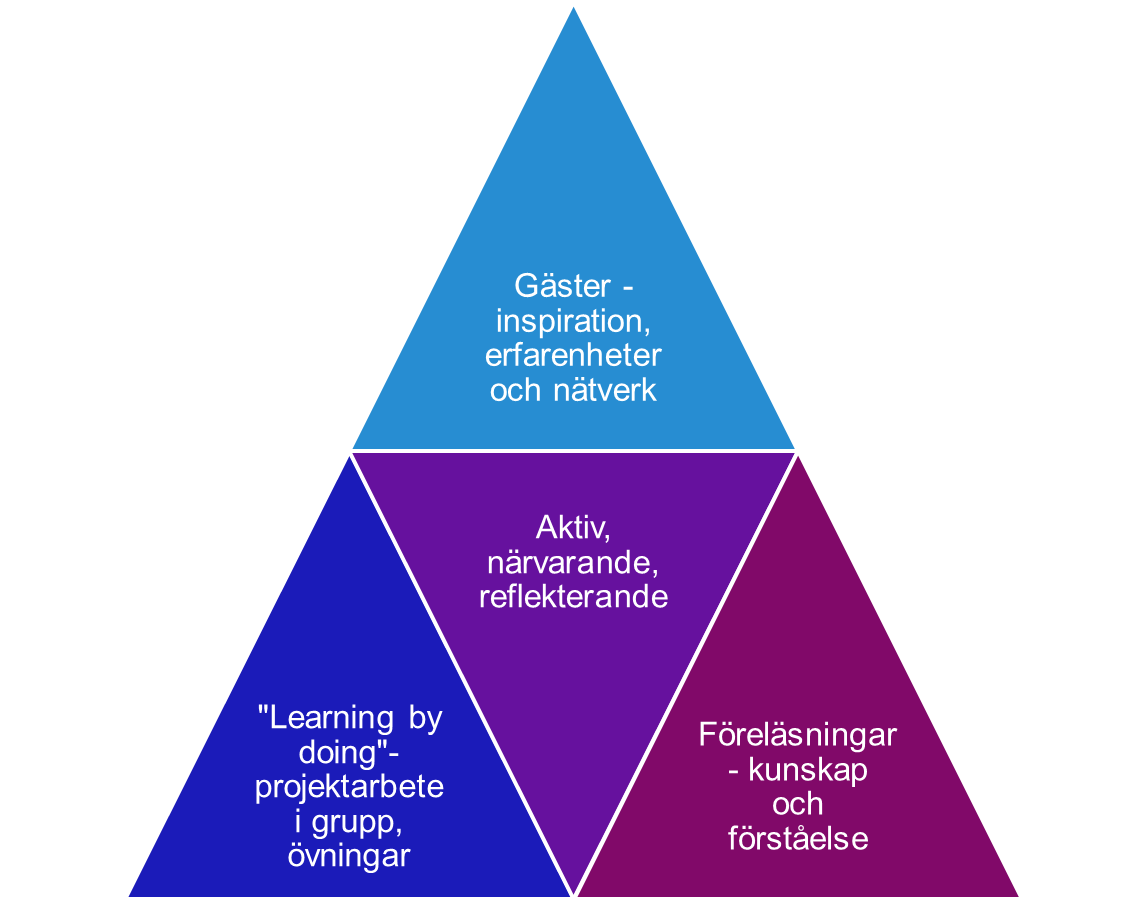
Utvecklingen av kursen bygger även på erfarenheter från att sätta upp entreprenörskapskurser vid nya universitet i ett nytt kontext. I sin artikel har Arctaedius & Nilsson (2017) visat på erfarenheter från att skapa entreprenörskapskurser i miljöer som inte har erfarenhet av entreprenörskap. I deras fall skapades entreprenörskapskurser i Ukraina och Georgien.

# Kursen

Vid KMH har en helt ny kurs i entreprenörskap för musik utvecklats under 2018 och 2019. Utvecklingsarbetet har skedd genom en grupp med representanter från de olika institutionerna vid skolan. Vidare har kursen byggs utifrån erfarenheter vid andra lärosäten och från forskning.

Kursen fokuserar på att lära ut entreprenörskap som metod på ett sätt som inkluderar många olika typer av användning för de entreprenöriella metoderna. Kursen består av tre olika delar,

* Att lära sig använda metoderna och verktygen, tex Kanvasmodellen, budgetering, målgruppsanalys. Den här delen sker framför allt genom föreläsningar
* Gäster, oftast aktiva musiker som genom egna exempel och erfarenheter kan ge en bred bild av entreprenörskap och hur metoder och verktyg kan hjälpa. Några gäster är experter och delar med sig av speciellt områdesspecifik kunskap, tex inom finansiering, eller presentationsteknik
* Övningar
  + Skriftliga reflektionsövningar
  + Projekt i grupp



Kursen ges som obligatorisk för kandidatstudenterna på tredje terminen. Alla studenter går tillsammans oavsett genre. Projektarbete som görs i grupp stimuleras studenterna att välja grupper med medlemmar från olika genrer

Genrespecifika delar. Vissa moment under kusen görs i uppdelade grupper då de institutioner som vill ha ”sin” elevgrupp själva ges möjlighettill det. Initialt har folkmusik, jazz och kyrkomusik meddelat att man vill ha en av undervisningsdagarna exklusivt med sin grupp.

## Kursens syfte

Kursen syftar till att skapa goda förutsättningar för att studenten ska tillägna sig grundläggande kunskaper och praktiska färdigheter i att använda entreprenörskap som en metod för att skapa, leverera och utvärdera kulturellt, ekonomiskt eller socialt värde såväl som för att sprida resultat.

Genom att kursen betraktar entreprenörskap som en metod arbetas det med angreppsätt som präglas av kreativitet, interaktioner, experimenterande och praktiskt arbete. Metoderna kan användas för att planera en process från idé till handling.

Kursen bidrar till att öka studentens förståelse för entreprenörskap som ett mångfacetterat begrepp. Kursen bidrar även till att ge studenten förutsättningar att skapa en yrkesplattform – som utgår från studentens egna behov och möjligheter att hitta och uttrycka sin konst.

## Kursens innehåll

Kursen innehåller följande komponenter:

* reflektion, design, modellering av möjligheter för nya idéer och projekt utifrån aktuella och beprövade metoder inom entreprenörskap,
* finansieringskunskap – olika finansieringsmöjligheter och metoder,
* grundläggande marknadsförståelse inklusive idépresentationer,
* information om musikbranschen för ett kommande yrkesliv inom det konstnärliga området.

## Kursens mål

* identifiera behov och möjligheter som kan omvandlas till kulturellt, socialt eller ekonomiskt värde,
* visa kunskap om affärsmodellering utifrån genomgången metod/modell,
* i samarbete med andra arbeta med modellering och planering för att skapa, genomföra och utvärdera projekt,
* muntligt och skriftligt eller på annat sätt klart och kortfattat redogöra för sin idé och projekt/verksamhet,
* reflektera över den egna verksamhetens samhälleliga och ekonomiska förutsättningar och möjligheter inom musikbranschen.

## Kursens uppbyggnad

Kursen inleds med en diskussion kring begreppet entreprenörskap, där fokus ligger på att vidga begreppet och visa på det kan definieras och användas inom den konstnärliga värden.

Del två handlar om att utgå från studentens egen ”konstnärliga kärna”, att betona vikten av att studentens konstnärskap setts i centrum. En diskussion kring ”värde” begreppet görs också. Att entreprenörskap kan ses som en metod att skapa och sprida ”värde”, där värde kan betyda olika saker. Värdebegreppet diskuteras utifrån tre typer av värde: ekonomiskt, socialat och kulturellt.

Studenterna ges vid tillfälle två en obligatorisk uppgift att skriva en text kring sin ”konstnärliga kärna”

Efter diskussion kring den konstnärliga kärnan introduceras ”Socialt entreprenörskap”, vilket entreprenörskap som metod att lösa eller påverka samhällsutmaningar och sociala utmaningar och hur musik och konst kan ha en roll i det. FN agenda 2030 mål diskuteras utifrån studentens egen konstnärliga kärna och möjligheten att bidra till en lösning av ett eller flera av målen med sitt konstnärskap.

Efter denna grund kring begreppet och konstnärlig kärna ges studenterna genomgång av olika delar av entreprenörskap: budget, finansiering, presentationsteknik, prissättning, sälj mm

Visst fokus läggs på att kunna göra en bra pitch, dvs att kortfattat presentar sin idé eller sitt projekt. Studenterna får en genomgång i hur man strukturera en bra pitch och får även öva gruppvis med sina projekt och att pitcha dem för de andra studenterna.

Ekonomi berörs vid ett tillfäll, studenterna ges en kort genomgång kring hur man bygger upp en budget, varför en budget fungerar och är viktig. I samband med budgetarbete diskuteras även prissättnings strategier- hur mycket ska/kan man ta betalt och varför

Kursen syftar till att skapa goda förutsättningar för att studenten ska tillägna sig grundläggande kunskaper och praktiska färdigheter i att använda entreprenörskap som en metod för att skapa, leverera och utvärdera kulturellt, ekonomiskt eller socialt värde såväl som för att sprida resultat.

Genom att kursen betraktar entreprenörskap som en metod arbetas det med angreppsätt som präglas av kreativitet, interaktioner, experimenterande och praktiskt arbete. Metoderna kan användas för att planera en process från idé till handling.

Kursen bidrar till att öka studentens förståelse för entreprenörskap som ett mångfacetterat begrepp. Kursen bidrar även till att ge studenten förutsättningar att skapa en yrkesplattform – som utgår från studentens egna behov och möjligheter att hitta och uttrycka sin konst.

## Gäster

Under kursens gång besöker olika gäster kursen för att dela med sig av sina erfarenheter och kunskaper. Under kursen deltar sex gäster, tre musiker med egna erfarenheter från entreprenöriella projekt, tre personer med specifik faktakunskap: finansiering, pitch/presentations-teknik och sälj/marknadsföring. Gäster får dels hålla en egen föreläsning och dels delta i diskussioner och övningar den dag då de medverkar i kursen.

## Projektarbetet

Redan vid första föreläsningstillfället får kursdeltagarna dela in sig i grupper om 4-6 elever i varje grupp. Gruppen arbetar under kursens gång igenom ett fiktivt projekt och man ska med hjälp av Kanvasmodellen och de verktyg man lär sig i kursen arbeta fram en projektplan i form av en Kanvas, en sammanfattning och en pitch. Vid sista tillfället redovisar alla grupper sina resultat och

Som verktyg för planeringsarbetet i projektet använd Ostervalders Business Model Canvas.

# Möjlig vidareutveckling

I samband med utvecklingen av kursen har ett tre möjliga tilläggsaktiviteter som lärosätet kan erbjuda identifierats.

## ”After studies”

Entreprenörskapskursen ger en baskunskap och en möjlighet att testa metoder och verktyg i ett projekt. För de studenter som är intresserade av att veta mer och kanske är i fas att genomföra ett projekt eller likande där verktyg kan användas, kan och bör lärosätet anordna föreläsningar och övningar utanför kursen, det vill säag icke poänggivande föreläsningar och seminarier. Dessa ska då vända sig dels till intresserade studenter, dels de som faktiskt är i ett eget projektläge och behöver specifik kunskap eller hjälp. Exempel på den typen av aktiviteter kan vara: Inspirationsföreläsningar, exempel från andra, genomgång av hur man kan hantera olika praktiska frågor som till exempel bolagsregistrering, skatt, redovisning, upphovsrätt, avtal mm

Det skulle även kunna innebära handledning och rådgivning till studenter som genomför projekt av olika slag.

## Ytterligare kurser

En eller flera fördjupande kurser, som även kan ges som fristående kurs, innehållande ytterligare lärande kring metoder och verktyg samt övningar. Sådana kurser skulle kunna ges i samarbete med andra lärosäten, ekonomidelar i kursen i samarbete med en handelshögskola, konstnärliga delar i samarbete med andra konstnärliga lärosäten osv. I Stockholm kan detta ske inom ramen för Stockholm School of Entrepreneurship, SSES, som är en sammanslutning mellan sex universitet med olika profil i stor-stockholmsområdet.

## Mini-stipendium, “entreprenörskapscheckar”

Studenter (och lärare?) kunde ges möjlighet att ansöka om mindre ekonomiskt stöd för att genomföra ett projekt. Pengarna skulle kunna användas till att köpa i tjänster eller produkter som studenten behöver för att kunna genomföra sitt projekt tex deltagaravgifter, resor, foto, inspelning, tryck mm.

Tidig sådd-finansiering av projektidéer har i andra typer av entreprenörskap visat sig vara en bra metod att stötta och stimulera utveckling av nya idéer och projekt.

# Ref

Maria Aggestam in C. Henry ed. Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective. Edward Elgar Publishing, 2007

G Beckman, The Entrepreneurship Curriculum for Music Students: Thoughts towards a Consensus College Music Symposium Vol. 45 (2005)

Birch (1979, 1981)

Clark, Burton R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. Elsevier Science Regional Sales, 665 Avenue of the Americas, New York, NY 10010 (paperback: ISBN-0-08-0433545; hardcover: ISBN-0-08-0433421, $27)., 1998.

Paul Dimaggio (1981)

EU Ministerial Conference London 2007 XXX

Fairlie, Robert W. "Kauffman index of entrepreneurial activity: 1996-2008." (2009).

Hausmann and Heinze (2016)

Katz, Jerome. "2004 Survey of endowed positions in entrepreneurship and related fields in the United States." (2004).

KMH almunundersökning 2017

G. Klickstein Music Education and Entrepreneurship by | Oct 26, 2009, <https://www.musiciansway.com/blog/2009/10/music-education-and-entrepreneurship/>

Entrepreneurship education for art, design and media students, CREATING ENTREPRENEURSHIP

Neck, Heidi M., and Patricia G. Greene. "Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers." Journal of Small Business Management 49.1 (2011): 55-70.

Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, 2010.

T. Arctaedius, A Nilsson Sharing Nordic Entrepreneurship education in Eastern Europa. Paper presented at the 24th Nordic Academy of Management Conference 2017

SOU 2018:23 Konstnär – oavsett villkor (2018)

Schumpeter, Joseph. 1911. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Leipzig: Verlag von Duncker & Humbolt.

Schumpeter, Joseph A. 1942. Capitalism, Socialism and Democracy, London: Routledge (1994 edition).

Swedberg, Richard. 2006. “The Cultural Entrepreneur and the Creative Industries: Beginning in Vienna”, *Journal of Cultural Economics* 30 (4): 243-261.

Wilsson XXXX