

日本工学院専門学校	開講年度	2020年度	科目名	ワークショップ2	
科目基礎情報					
開設学科	マンガ・アニメーション科	コース名	全コース	開設期	後期
対象年次	1年次	科目区分	選択	時間数	45時間
単位数	1単位			授業形態	実習
教科書/教材	シラバスに沿って授業進行し、レジュメ・資料を配布する。都度参考図書を用いる。				
担当教員情報					
担当教員	川合 正剛・山田 香織		実務経験の有無・職種	有・アニメーター	
学習目的					
本授業では実際にさまざまなジャンルのコンテンツがどんな工程を経て制作されているのか理解し、コンテンツ制作のみならず知的制作物の工程に関する考え方を体系的に身につけます。前期は新たな様式のコンテンツの企画やビジネスモデルの構築、新技術の活用などの際に、適切な制作工程と管理手法を設計する能力を身につける。後期はマーケティングの基礎からはじめて、コンテンツビジネスの実際までを学びます。そして、参加者が新たなコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。					
到達目標					
コンテンツは従来、エンターテインメントのために制作されてきましたが、ビジネスとしての視野も身に付けなければならない。学生は、制作工程全体を理解し、制作するコンテンツに的確な制作手法を選択し、適切な時間、資金、人材を配分する方法論を身に着け、学生が新たなコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。					
教育方法等					
授業概要	講義はコンテンツ制作の根幹部分に関する体系的の講義とさまざまな分野のケーススタディにより進める。前期前半部分では、制作工程や進捗管理、予算管理などについて体系的に論じます。前期後半では手描きアニメと3Dアニメーション、実写、VFXなどの制作工程そそのマネジメントについて論じ、後期はコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。				
注意点	映像作品のDVDにはメイキング映像が収録されているものが多くある。制作工程の紹介や作品で用いた工夫について説明されてるので劇場公開作品（映画）のアニメや実写をそれぞれひとつ以上鑑賞しておくと授業の理解が深まる。また、各回の授業では課題が提示されるので、その内容に沿って予習/復習を行うこと。授業時数の4分3以上出席しない者は定期試験を受験することができない。				
評価方法	種別	割合	備 考		
	小テスト	40%	授業内容の理解度を確認するために実施する		
	レポート	40%	授業内容の理解度を確認するために実施する		
	成果発表 (口頭・実技)	10%	授業時間内に行われる発表方法、内容について評価する		
	平常点	10%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価する		
授業計画（1回～15回）					
回	授業内容		各回の到達目標		
1回	マーケティングの基礎1		マーケティングの意義と環境分析（3C、SWOT）		
2回	マーケティングの基礎2		市場の選択(セグメント、ターゲット)		
3回	マーケティングの基礎3		マーケティングミックス（Product、Price、Place、Promotion）		
4回	マーケティングの基礎4		競争戦略（リーダー、PPM）		
5回	コンテンツマーケティング1		製品としての特徴(クリエイター、プロデューサー)		
6回	コンテンツマーケティング2		広告と流通・配給（流通、配給）		
7回	コンテンツマーケティング3		資金調達と関連法律、技術（制作委員会、著作権）		
8回	コンテンツマーケティング4		ゲームのマーケティング（ゲーム、市場環境）		
9回	コンテンツマーケティング5		出版、マンガ、アニメのマーケティング(出版、マンガ、アニメ)		
10回	コンテンツマーケティング6		キャラクターマーケティング(キャラクター、市場の変化)		
11回	コンテンツマーケティング7		物語マーケティング(方法、エクステンド)		
12回	コンテンツマーケティング8		ケーススタディ・ディズニー（創業者、現代社会への影響）		
13回	舞台芸術のマーケティング1		舞台芸術とビジネス（経験価値、文化経済）		
14回	舞台芸術のマーケティング2		松竹の歌舞伎ビジネス(日本の演劇、歌舞伎)		
15回	舞台芸術のマーケティング3		音楽ビジネスと全体のまとめ		