

2021年度 日本工学院専門学校											
コンサートイベント科 1年次											
マルチメジャー1											
対象	2年次	開講期	後期	区分	選択	種別	実習	時間数	15	単位	1
担当教員	鈴木 裕大			実務経験	有	職種	映像クリエイター				
授業概要											
広くエンタテインメント業界で起きている事例を基にマスコミ、ゲーム会社等の業務内容を学び現代の I T、 V Rと言った新しいデジタル技術に繋がるプロセスを理解する。音楽業界だけでは無く広くエンタテインメント世界で活躍するために時代の変化に対応した内容を理解し自らの専門分野に活かしていく事が目的である。											
到達目標											
テレビ番組の放送内容の倫理的な部分を理解し、Youtubeとの違いを理解するなどSNSにおけるマナーも含めて理解して行く。使い方によっては有効な手段も一歩間違うと危険性をもたらす事の理解。音楽業界に従事するのであれば「情報解禁」と「情報漏えい」など守秘義務の徹底を心がけさせる事が必須となる。											
授業方法											
主に板書と配布する資料を中心に講義を進めていく。選択制科目なので小人数での講義を検討しており、互いの確認のために堅い解決形式を取らせ講義だけの時間としない事。また専門分野以外の学びなので自らテレビ局、ラジオ局、などのマスコミ関連企業を訪問するなどレポートも作成させ理解を深めさせる。											
成績評価方法											
レポート 平常点 試験・課題	30% 30% 40%	ライブレポートを提出 出席点 作品課題を提出									
履修上の注意											
授業時数の4分の3以上出席しない者は定期試験を受験することが出来ない。											
教科書教材											
毎回レジュメ・資料を配布する。参考書・参考資料等は、講義毎に指示する。											
回数	授業計画										
第1回	パブリシティとしての映像① 記録に残り、記憶に残る映像とは…CMの種類を学び、過去の作品を視聴し、考察する										
第2回	パブリシティとしての映像② 映像が広告としての役割を担うために必要な要素とは…作品が単なるBGVになってしまわないために盛り込むべきもの										
第3回	パブリシティとしての映像③ 広告映像が齎した効果とは…企業広告映像を視聴し、考察する										
第4回	コマーシャルメッセージ① クライアントがCMに期待するものとは…商品のキャッチコピーをふまえ、15秒バージョンのCMをプランニングする										
第5回	コマーシャルメッセージ② プランニングした内容をグループワークでプレゼンし、意見交換後、絵コンテを作成する										
第6回	コマーシャルメッセージ③ 絵コンテを元にCMを実際に作成…ロケハンや外録について特別講師を招き、学ぶ										

2021年度 日本工学院専門学校	
コンサートイベント科 1年次	
マルチメジャー 1	
第7回	コマーシャルメッセージ④ Adobe系ソフトの特別講師を招き、動画作成ソフトについて学び、CMを完成させる
第8回	インフルエンサーマーケティング① SNSで大きな影響力を発揮する「インフルエンサー」の購買層に対する影響力とは
第9回	インフルエンサーマーケティング② なぜインフルエンサーが紹介すると売れるのか…これまでの広告の常識を覆す、彼ら独自の手法とは
第10回	インフルエンサーマーケティング③ マスアプローチからコミュニティアプローチへ！企業が消費者に直接発信する時代から消費者の視点を宣伝に活かす時代へ
第11回	インフルエンサーマーケティング④ メリット・デメリットについて知った上で、実際に起きた炎上事件などについて考察し、そのリスクについて学ぶ
第12回	インフルエンサーマーケティング⑤ メガインフルエンサーによる特別講義…なぜ一般人からフォロワー100万人超えの人気者に？驚きの自分磨きに迫る
第13回	ソーシャルネットワークサービスセミナー 気軽・手軽に使えるSNSで収益を得るために必要なこととは…インフルエンサー事務所マネージャーによる特別講義
第14回	インフルエンサーになりきって「案件動画」を作成する クライアント役の依頼に忠実に応えながら、視聴者に訴えかける広告映像をSNSに公開する前提で作成する
第15回	最も広告力がある映像が作れるのは誰か？「案件動画」ディスカッション大会 動画作成力はもちろん、クライアントの意思に伝えられているかを第三者的目線で評価し、ディスカッションする