

対象	2年次	開講期	後期	区分	選	種別	講義	時間数	30	単位	2
担当教員	山中一郎			実務 経験	有	職種	レコード会社、コンサートプロモーター勤務経験				
授業概要											
音楽業界、音楽に関連した職業に就くための知識の幅を広く学習します。アーティストとともに仕事をするうえで、音楽コンテンツ作成の流れやアーティストの仕事の流れの理解を目的とします。											
到達目標											
音楽ビジネスにおける様々な業界・職業の存在とその役割、それぞれの関係性を把握すること、自身の考えを表現したり、他者の意見から学ぶコミュニケーション力を身につけることを目標としている。同時に、音楽業界における様々な職種の、いずれに進むことになっても、その他の職種への理解とリスペクトを持つことができるようになることを目標とする。											
授業方法											
到達目標を実現するために必要となる、音楽業界における知識・テーマ（特に実技ではカバーされない範囲）を意識して計画される。具体的には、現在のエンタメ業界を読み解く基礎知識を講義する。業界の基礎となる知的財産（著作権等）にも触れる。講義のみならず、グループワークも適宜実施し、様々な議題について意見交換し結論を導き出すことで、会議の意義を学習する。											
成績評価方法											
＊試験と課題を総合的に評価する。＊積極的な授業参加度、授業態度によって評価する。											
履修上の注意											
実際に音楽業界で求められるキャリア形成の観点から、授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。授業に出席するだけでなく、社会への移行を前提とした受講マナーで授業に参加することを求める（詳しくは、最初の授業で説明）。ただし、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できない。											
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、授業中に指示する。											
回数	授業計画										
第1回	マーケティングとは？(1)：グループワークを通じ、マーケティング理論の基礎を学ぶ。										
第2回	マーケティングとは？(2)：（前回の続き）										
第3回	マーケティングとは？(3)：グループワークを通じ、マーケティングにおける基本的な分析方法を学ぶ。										

第4回	マーケティングとは?(4)：(前回の続き)
第5回	マーケティングとは?(5)：ヒットチャートの意義(マーケティングリサーチとして、エンタメとして)を学ぶ。
第6回	マーケティングとは?(6)：音楽業界のマーケティングを学ぶ。特に従来型のメディアの活用について学ぶ。
第7回	マーケティングとは?(7)：音楽業界のマーケティングを学ぶ。特に近年の、SNS/インターネットの活用について学ぶ。
第8回	マーケティングとは?(8)：音楽業界のマーケティングを学ぶ。実際のアーティストのマーケティング事例を学ぶ。
第9回	マーケティングとは?(9)：今年のヒット商品を通じ、マーケティングの成功例を学ぶ。
第10回	マーケティングとは?(10)：グループワークを通じ、マーケティングに基づく音楽関連商品・サービスの企画を行う。
第11回	マーケティングとは?(11)：(前回の続き)
第12回	マーケティングとは?(12)：(前回の続き、全体発表)
第13回	後期のまとめ(1)：後期のまとめとして、関連する映像(映画)鑑賞を予定。
第14回	後期のまとめ(2)：(前回の続きと、ディスカッション)
第15回	1年間のまとめ：1年間全体のまとめ