

科目名	ミュージックリテラシー 4							年度	2025
英語科目名	Music Literacy 4							学期	後期
学科・学年	コンサート・イベント科 2 年次	必／選	選	時間数	30	単位数	2	種別※	講義
担当教員	山中一郎	教員の実務経験		有	実務経験の職種		レコード会社、コンサートプロモーター勤務経験		
【科目の目的】 音楽ビジネスの構造・諸問題・話題に関するリテラシーの向上、及び 業界で活動するために必要なコミュニケーション能力を身につけることができる。 一言に音楽業界といっても、さまざまな職種が存在するが、そのいずれにも通用する知識・能力であり、 またその領域は、音楽業界と密接に関係する周辺のエンターテインメントにも及ぶ。									
【科目の概要】 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。 必要に応じ、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。									
【到達目標】 A. 「マーケティング」理論の基礎を学び、身近な事象から音楽業界の商品・サービスにまで、応用できることを理解する。 B. インターネット時代の「マーケティング」及び広告手法に関する、重要な専門用語について、正しく理解、習得する。 C. 総合的な思考力の発展 - 多面的な視点から問題や課題へアプローチ									
【授業の注意点】 授業時限数の 4 分の 3 以上出席しない学生は、定期試験を受験する事ができない。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル 5 優れている	レベル 4 よい	レベル 3 ふつう	レベル 2 あと少し	レベル 1 要努力				
到達目標 A	マーケティング理論の基礎を正しく理解し、その応用が可能であることを認識している。		マーケティング理論の基礎を概ね理解している。		マーケティング理論の基礎を、ほとんど理解していない。				
到達目標 B	マーケティング及び広告手法に関する、重要な専門用語について、正しくかつ幅広く知識を習得している。	マーケティング及び広告手法に関する、重要な専門用語について、概ね習得している。	マーケティング及び広告手法に関する、重要な専門用語について、偏りはあるものの、概ね習得している。	マーケティング及び広告手法に関する、重要な専門用語について、大きな偏りがある。	マーケティング及び広告手法に関する、重要な専門用語について、ほとんど習得していない。				
到達目標 C	得た知識を用いて様々な分野への転用を考えられる。		広い視野を持って物事を考える事ができている。		物事を多面的に考えることができていない。				
【教科書】 適時プリントを配布する。									
【参考資料】 参考書・参考資料等は、授業中に指示する。									
【成績の評価方法・評価基準】 期末試験、授業課題									
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。									

