

日本工学院八王子専門学校		開講年度	2019年度（平成31年度）		科目名	放送映画リテラシーE1(広告・イベント論1)	
科目基礎情報							
開設学科	放送芸術科		コース名		開設期	前期	
対象年次	2年次		科目区分	必修	時間数	30時間	
単位数	2単位		授業形態	講義			
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、授業中に提示する。						
担当教員情報							
担当教員	平岩 基			実務経験の有無・職種	有・CM制作会社、広告代理店、映画会社		
学習目的							
放送・映像業界における仕事は、チームワークで制作になるため、スタッフの業務は細分化され全体像の把握が難しいのが現状である。また近年、放送芸術の仕事領域が格段に広がる中であって、スタッフにも新しい発想が求められ始めている。本講座では映像が発明されて以来、歴代の制作者たちが苦心して作り上げてきた「映像手法」や「広告手法」を通して、放送・映像制作クリエイティブ、視聴者を魅了する映像の本質を理解することを目的としている。							
到達目標							
映像クリエイティブのパターンを知ることで、映像手法の引き出しを増やすことができる。							
映像の本質を知ることで、業務遂行時により柔軟な対応ができるようになる。							
なぜその映像が生まれたのか、どのように利用されているのか。紹介する映像・資料を咀嚼し、自らの専門領域に応用できるようになる。							
教育方法等							
授業概要	毎回設定されたテーマ別に、アーカイブ映像を交えながら、「サンプル視聴」→「ポイントの整理」→「定着」を行う。 基本的に座学であるが、生徒の積極的な参加を促すために「アンケート」「小テスト」などを適宜実施する。 授業終わりに質問を受け付ける。 やむを得ず、内容が前後、または変更する場合がある。						
	授業時数の4分の3以上出席しない者は、定期試験を受けることができない。 遅刻・途中退出をしないこと。（正当な理由がある場合は、その旨、申し出ること） 授業中に内部資料を扱うことがあるため、授業内容をSNSに書き込むことを禁ずる。 授業中は机上にノート、配布物、筆記具以外を置かない。特にスマホ、ゲーム機はカバンにしまうこと。						
評価方法	種別	割合	備 考				
	試験・課題	60%	前期、後期それぞれの期末テストによる				
	小テスト	0%					
	レポート	20%	レポートの提出による				
	成果発表 (口頭・実技)	0%					
	平常点	20%	授業態度による（遅刻、居眠り要注意）				
授業計画（1回～15回）							
回	授業内容			各回の到達目標			
1回	ガイダンス／映像の意味と役割			映像とは何か。映像がどのように利用されてきたか。映像が果たしてきた役割を知る。			
2回	広告概論(1)ターゲットとタレント			誰のために映像を作るのか。映像の作り手と受け手の関係性を知る。			
3回	広告概論(2)セールスポイント			何が売りなのか。CMはセールスポイントを映像化していることを理解する。			
4回	CM概論／日本のCM史(1)			2週連続で、日本初のCMから、貴重な昭和の代表的CMを視聴する。→レポート提出			
5回	CM概論／日本のCM史(2)			2週連続。平成の代表的CMを視聴する。→レポート提出			
6回	シズル			見るだけで食べたくなる映像をシズルと呼ぶ。シズル映像の撮影法から、利用法までを知る。			
7回	ブランド			シズルから、ブランドへ。ブランディングが目指すものについて知る。			
8回	3B(1)美人			ヒット映画の法則である3B。現代にも通じる3つのBより、初回は「美人」の訴求力を知る。			
9回	3B(2)赤ちゃん			3Bの2回目は「赤ちゃん」。映像における赤ちゃん映像の力を知る。			
10回	3B(3)動物			3Bの「動物」。動物の何が視聴者を惹きつけるのか。			
11回	キャラクター			キュービー人形から、ゆるキャラまで。キャラクターが果たす役割を知る。			
12回	アニメ			ミッキーマウスからピクサーアニメへ。キャラクターアニメがたどってきた道のりを知る。			
13回	ストップモーションアニメ			チェコの人形アニメから、NHK「どーもくん」まで。人形に命を吹き込むアニメを知る。			
14回	デザイナーアニメ			ソール・バスから、「ペンギンズ・ストーリー」まで。大人のためのアニメを知る。			
15回	オリンピックと映像			東京オリンピックに重ねて、オリンピックと映像の関係性について知る。			