

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	ミュージックリテラシー 2
科目基礎情報					
開設学科	コンサート・イベント科	コース名		開設期	後期
対象年次	1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、授業中に指示する。				
担当教員情報					
担当教員	山中 一郎	実務経験の有無・職種	有・レコード会社、コンサートプロモーター勤務経験		
学習目的					
音楽ビジネスにおける諸問題・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、音楽業界と密接に係る周辺のエンターテインメントにも及ぶ。					
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。と同時に、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。					
教育方法等					
授業概要	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。				
注意点	学生間・教員と学生のコミュニケーションを重視し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。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。				
評価方法	種別	割合	備 考		
	試験・課題	75%	試験と課題を総合的に評価する		
	小テスト	0%			
	レポート	0%			
	成果発表 (口頭・実技)	0%			
	平常点	25%	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。			
2回	マーケティングとは？(2)	(前回の続き)			
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。			
4回	マーケティングとは？(4)	(前回の続き)			
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。			
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。			
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。			
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。			
9回	マーケティングとは？(9)	2019年のヒット商品を通じ、マーケティングの成功例を学ぶ。			
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。			
11回	マーケティングとは？(11)	(前回の続き)			
12回	マーケティングとは？(12)	(前回の続き、全体発表)			
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。			
14回	後期のまとめ(2)	(前回の続きと、ディスカッション)			
15回	1年間のまとめ	1年間全体のまとめ			