

日本工学院専門学校	開講年度	2019年度	科目名	ワークショップ1C	
<b>科目基礎情報</b>					
開設学科	マンガ・アニメーション科	コース名	全コース	開設期	前期/後期
対象年次	1年次	科目区分	選択	時間数	45時間
単位数	3単位			授業形態	講義
教科書/教材	シラバスに沿って授業進行し、レジュメ・資料を配布する。都度参考図書を用いる。				
<b>担当教員情報</b>					
担当教員	川合 正剛・山田 香織		実務経験の有無・職種	有・アニメーター	
<b>学習目的</b>					
<p>本授業では実際にさまざまなジャンルのコンテンツがどんな工程を経て制作されているのか理解し、コンテンツ制作のみならず知的制作物の工程に関する考え方を体系的に身につけます。前期は新たな様式のコンテンツの企画やビジネスモデルの構築、新技術の活用などの際に、適切な制作工程と管理手法を設計する能力を身につける。後期はマーケティングの基礎からはじめて、コンテンツビジネスの実際までを学びます。そして、参加者が新たなコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。</p>					
<b>到達目標</b>					
<p>コンテンツは従来、エンターテインメントのために制作されてきましたが、ビジネスとしての視野も身に付けなければならない。学生は、制作工程全体を理解し、制作するコンテンツに的確な制作手法を選択し、適切な時間、資金、人材を配分する方法論を身に付け、学生が新たなコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。</p>					
<b>教育方法等</b>					
授業概要	講義はコンテンツ制作の根幹部分に関する体系的講義とさまざまな分野のケーススタディにより進める。前期前半部分では、制作工程や進捗管理、予算管理などについて体系的に論じます。前期後半では手描きアニメと3Dアニメーション、実写、VFXなどの制作工程そのマネジメントについて論じ、後期はコンテンツビジネスを立ち上げるために必要な方法を習得することを目標とする。				
注意点	映像作品のDVDにはメイキング映像が収録されているものも多くある。制作工程の紹介や作品で用いた工夫について説明されているので劇場公開作品（映画）のアニメや実写をそれぞれひとつ以上鑑賞しておくことと授業の理解が深まる。また、各回の授業では課題が提示されるので、その内容に沿って予習/復習を行うこと。授業時数の4分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		
	小テスト	40%	授業内容の理解度を確保するために実施する		
	レポート	40%	授業内容の理解度を確保するために実施する		
	授業発表 (口頭・書面)	10%	授業時間内に行われる発表方法、内容について評価する		
平常点	10%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価する			
<b>授業計画（1回～15回）</b>					
回	授業内容	各回の到達目標			
1回	表現工程論概論	プロデュース			
2回	制作工程の概要とスタッフ	制作スタッフ			
3回	工程を管理するための要素1	費用			
4回	工程を管理するための要素2	予算			
5回	プリプロダクション1	企画			
6回	プリプロダクション2	シナリオ			
7回	プリプロダクション3	デザイン、ミザンセース			
8回	アナログアニメーションの制作工程	フィルム、セル、紙			
9回	デジタルアニメーションの制作工程	画像処理、合成			
10回	3DCGアニメーションの制作工程	3DCG、トゥーンレンダリング			
11回	実写の制作工程	VFX、デジタル撮影			
12回	ゲームの制作工程	リアルタイム、VR			
13回	工程管理システム	制作管理、コスト管理			
14回	プロダクションバイブライン	ハリウッドスタイル、クラウドサービス			
15回	制作工程論の未来	R&D、新技術			
<b>授業計画（16回～30回）</b>					
回	授業内容	各回の到達目標			
16回	マーケティングの基礎1	マーケティングの意義と環境分析（3C、SWOT）			
17回	マーケティングの基礎2	市場の選択（セグメント、ターゲット）			
18回	マーケティングの基礎3	マーケティングミックス（Product、Price、Place、Promotion）			
19回	マーケティングの基礎4	競争戦略（リーダー、PPM）			
20回	コンテンツマーケティング1	製品としての特徴（クリエイター、プロデューサー）			
21回	コンテンツマーケティング2	広告と流通・配給（流通、配給）			
22回	コンテンツマーケティング3	資金調達と関連法律、技術（制作委員会、著作権）			
23回	コンテンツマーケティング4	ゲームのマーケティング（ゲーム、市場環境）			
24回	コンテンツマーケティング5	出版、マンガ、アニメのマーケティング（出版、マンガ、アニメ）			
25回	コンテンツマーケティング6	キャラクターマーケティング（キャラクター、市場の変化）			
26回	コンテンツマーケティング7	物語マーケティング（方法、エクステンド）			
27回	コンテンツマーケティング8	ケーススタディ・ディズニー（創業者、現代社会への影響）			
28回	舞台芸術のマーケティング1	舞台芸術とビジネス（経験価値、文化経済）			
29回	舞台芸術のマーケティング2	松竹の歌舞伎ビジネス（日本の演劇、歌舞伎）			
30回	舞台芸術のマーケティング3	音楽ビジネスと全体のまとめ			