

講義名	特別講義（プロデュース論）				授業形態	
担当教員	綿貫 真也		開講期・曜日・時限		前期 木曜日 3時限	
			単位数	2	履修開始年次	2年生
主題と概要						
テレビや雑誌の企画・制作は楽しいプロの現場である。社会動向や流行、視聴者の嗜好を見極めて企画を起こし、制作費をスポンサー企業から外部調達する。このようにしてスタートした後は、さらにタレントなどの人材の能力や特性を見極めて魅力を引き出し、企画内容に合わせて取材をし、素材を編集してクリエイティブとビジネスのバランスを取りながら毎週の番組を連続なく作り上げていく。このすべてのプロセスを担うのがプロデューサーや編集長（編集者）である。 この講義は「前日のテレビを考える会」の協力の下、テレビ局や雑誌社などの第一線で活躍するゲスト講師が毎回講義を担当してメディアの最前線で感じる社会の動きを、これから社会に第一歩を踏み出す学生向けに語ってもらう。他の講義ではなかなか経験できないユニークな内容となっており、毎年、多くの受講生が履修している。 なお、ゲスト講師からの依頼も踏まえて、毎回、感想、学修成果を小レポートとして提出してもらう。これは出席確認も兼ねる。						
到達目標						
プロジェクトをマネジメントするとは何かを理解できる。 プロジェクトを成功させる要因について理解できる。						
提出課題						
「主題と概要」に書いたとおり。その他については、適宜指示する。						
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法						
「主題と概要」に書いたとおり。その他については、適宜指示する。 講義内で積極的に質問してもらうことを前提にしている。 レポートなど課題については、適宜対応する。						
評価の基準						
講義関連レポートで評価し、授業参加度が高い学生、授業参加度が善良な学生は加点する。 出席を重視します。無断欠席する学生、授業態度の悪い学生は大幅減点。欠席する場合は証明書類（例：公欠届、医師の診断書が病院の領収書写し、など）を提出してください。						
履修にあたっての注意・助言他						
この講義の目的は、マスコミの仕事やテレビの制作プロセスを理解することだけではない。演出論や物作りに拘泥せず仕事を進める思考法を学ぶことになる。これは卒業後に仕事をしていくために必要な能力であるにとどまらず、学内でのアクティブラーニングを始め様々なプロジェクトを進める上でも大きな力となるだろう。 本講義は外部から招聘したゲスト講師が担当することから、失礼のない前向きな態度で臨んで欲しい。受講生の態度の良し悪し、積極性の有無が、流通科学大学の学生の評判、ひいては本学のブランドに影響する。ブランド力が下がれば、自身だけでなく他の学生の将来にも悪影響を及ぼすことを自覚しておいて欲しい。受講生一人一人が、「本学の顔」である。						
教科書						
使用しない。						
参考図書						
なし。						

その他		
ゲスト講師の著作権に関わるので、以下の点を理解、厳守して欲しい。 1. ゲスト講師が使うスライドは、印刷して配布しない。 2. スマホ他によるスクリーンショットも禁じる。 1. 2. の環境に対応するため、自ら書きとる力、聞き取る力を高めてもらいたい。メモしないでボーと聞いているだけ、筆記道具、ノートも持参しないという、本学で散見される大学生としては信じられない姿勢を当たり前の変え思わないでいただきたい。		
授業計画		
授業計画は初回の講義で提示する。		
授業形態（アクティブ・ラーニング）		
	ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
	ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
	オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
	キ：その他（A L 型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連		
「創造力（新しい視点と豊かな発想）を持った人材」を育成するため。 「新しい視点と豊かな発想によって、新しい価値を生み出すことができる」ようにする。		
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述		
必要に応じて適宜使用		
実務経験の有無及び活用		
実務経験あり。株式会社リクルート、メディアプロデュース部にてエンタテインメントビジネス、デジタルソリューションビジネスなどの事業企画、広告会社にての企業CI、広告企画・制作、メディアプランニング、PR・イベントプロモーションなどのマーケティングコミュニケーション戦略の企画、実行。		
備考		
授業計画は変更される場合がある。		