

産業能率大学 経営学部

アーティスト・プロモーション	履修年次	3・4	
	単位	2	
松尾 尚、大塚 健太郎	配当期	通年	
	授業方法	演習/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>「ミュージック・エンタテインメント」及び「アミューズメント・ビジネス」で学んだ知識を、より実践に活かし、アーティストをいかにプロモートしていくか学ぶ体験・体感型の科目である。</p> <p>次ページのスケジュールは、イベント企画の流れを大まかに表したものであり、授業は前後期とも毎週実施し、学外実習は土・日・祝日に行うことを了解の上、履修登録をすること。</p> <p>まず、イベントのコンセプトを企画し、次に場所や演者の選定・交渉を行い、本番までのプロモーションを継続的に行うことで、当日の運営を成功に導く。最後に収支決算を通じて、授業全体の振り返りを行う。</p> <p>授業以外にも休日・夏休みにグループワークを課すなど、普段から学生が自主的に集まる機会が多いため、その中でメンバー間の信頼関係を構築し、チームの一員として働く困難と喜びを共有する。これまで学んできた経営戦略の知識を実践に生かせる科目であり、学生自身の主体的参加を求める。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・イベントを開催するまでの一連の仕事の流れが理解できる。 ・イベントの収支構造について、理解できる。 ・実習において、各自の役割分担について責任を果たし、グループ活動に貢献できている。 			
成績評価の方法			
<p>授業外学習(イベントプラン策定、関係者との打ち合わせ等)において、思考・判断力(課題形成～対策実行力)を評価する。</p> <p>授業出席では、技能・表現力(傾聴力、表現力、表現力)を総合評価する。</p>			
週	授業項目	週	授業項目
1	ガイダンス(年間スケジュール・評価基準等についての説明)	8	イベントコンセプトの決定と全体スケジュールを決定する
2	商業イベント開催のまでの流れと、やるべきことを知る	9	イベント企画について、各自の役割を決定する
3	どんなイベントを実施したいかについて自由に議論する	10	イベント企画を実行段階に移す(アーティスト選定、損益計画等)
4	イベント内容について前週に出た案を評価する	11	夏休みに行った授業外学習について振り返りと課題を抽出する
5	イベントが開かれるまでのスケジュールを理解する	12	プロモーションの計画と実績についてギャップを分析し、対策を考える
6	イベントの各種プロモーション手法と効果を学ぶ	13	イベント当日の役割分担・タイムスケジュール等の詳細を詰める
7	イベントコンセプトについて、メンバー間で議論する	14	イベント本番を実行する