

メディアビジネス

選 択

開講年次：2 年次後期

科目区分：演 習

単 位：2 単位

講義時間：30 時間

■**科目のねらい**：多様なメディアビジネスの事業化のモデルを取り上げ、メディア形式と内容を理解する。主要メディア（テレビ、映画、音楽、出版、インターネットなど）における新たなビジネスモデルを、各メディアの事例研究とその分析を通して学ぶ。メディア行動を量的、質的に調査する手法を学び、指定のテーマにそった調査をし、発表する。

■**到達目標**：①多様なメディアのビジネスモデルとメディアの形式と内容の連関を理解する。
②メディア行動を量的・質的に分析する手法を理解する。
③調査分析を通じてメディアビジネスモデルを記述しわかりやすく伝える能力を獲得する。

■**担当教員**：

須之内 元洋

■**授業計画・内容**：

- 第 1 回 イントロダクション メディアビジネスとは
- 第 2 回 事例研究1 ラジオ・テレビ・映画
- 第 3 回 事例研究2 出版・音楽
- 第 4 回 事例研究3 インターネット・携帯電話
- 第 5 回 事例研究4 地域メディア・市民メディア
- 第 6 回 メディアビジネス調査テーマの選定
- 第 7 回 ビジネスモデル調査1
- 第 8 回 ビジネスモデル調査2
- 第 9 回 中間発表
- 第10回 企画・制作1
- 第11回 企画・制作2
- 第12回 発表準備
- 第13回 プレゼンテーション1
- 第14回 プレゼンテーション2
- 第15回 まとめ

■**教科書**：なし。

■**参考文献**：藤竹暁, 2012, 『図説 日本のメディア』NHK出版。
水越伸, 2014, 『21世紀メディア論 改訂版』放送大学教育振興会。
電通総研編, 2015, 『情報メディア白書 2015』ダイヤモンド社。
そのほか、授業時間に適宜指示する。

■**成績評価基準と方法**：定期試験レポート（学期末）：調査結果と考察の論理性。授業態度：積極的な授業態度。発表：効果的に伝える発表の工夫。作品：調査テーマの独創性と完成度。定期試験レポート（学期末）50%、作品30%、発表20%。

評価方法	到達目標			評価割合 (%)
	到達目標①	到達目標②	到達目標③	
定期試験	◎	◎	◎	50
小テスト・授業内レポート				
授業態度	○	○	○	
発表	○	○	◎	20
作品	○	○	◎	30
出席				
その他				2/3以上の出席が必須

◎：より重視する ○：重視する 空欄：評価に加えず

■**関連科目**：デザイン総合実習I・II、メディア芸術論、情報社会論

■**その他（学生へのメッセージ・履修上の留意点）**：メディア環境の変化にともなって、従来メディアのビジネスモデルの大きな転換が求められています。本科目では、従来の大規模なメディアだけでなく、ローカルなメディアの事業や継続可能性についても考察する予定です。なお、他地域の大学生との情報交換を実施する可能性があります。