

電気通信大学 平成16年度シラバス

授業科目名	メディアデザイン		
英文授業科目名	Media Design		
開講年度	2004年度	開講年次	3年次
開講学期	5学期	開講コース・課程	昼間コース
授業の方法		単位数	2
科目区分	専門科目-専門共通科目-選択科目		
開講学科・専攻	人間コミュニケーション学科		
担当教官名	兼子 正勝		
居室	西6-409		

公開E-Mail	授業関連Webページ
kaneko@hc.uec.ac.jp	http://oz.hc.uec.ac.jp/

【主題および達成目標】
本講義は、広い意味でのメディアデザインに関する知識・技術の学習の一環として、メディアデザインのなかでもとくに重要なコンセプトデザインに関して、実践的で戦略的な考え方を習得することをめざす。

【前もって履修しておくべき科目】
なし

【前もって履修しておくことが望ましい科目】
メディアリテラシーA、メディアリテラシーB、メディアリテラシーC、メディア論

【教科書等】
資料を授業時に配布

【授業内容とその進め方】

メディアデザイン・コンセプトデザインについての概論のあと、主としてCMを題材に選び、(1)コンセプトをいかに分析的に把握するか、(2)コンセプトをいかに戦略的に開発するか、(3)CM以外にも視野に入れて、コンセプト開発がメディア特性やメディア状況についての理論的理解とどのように関係するか、の3項目について、それぞれ3?5週の授業をする。

とくに(2)項については、企業のマーケティング部門で活躍し、教育・研究の分野でも高度な実績を持っておられる名古屋工業大学大学院産業戦略工学専攻助教授加藤雄一郎氏を講師としてお招きし、実際に一つの商品をイメージして、そのCMのコンセプトをいかに開発していくかを、ワークショップのようなかたちで実践的に授業をしていただくことになっている。

ただし、この(2)項は、2004年度は夏期補講期間等をつかって集中講義形式でおこなう。

予定は以下の通りである。

1. オリエンテーション
2. メディアデザイン概論
3. コンセプト分析1: 感性情報分析
4. コンセプト分析2: コミュニケーション分析
5. コンセプト分析3: 認知科学分析
6. デザインとメディア理論1: メディア特性
7. デザインとメディア理論2: コミュニケーション特性
8. デザインとメディア理論3: イメージ特性
9. 前半まとめ
10. コンセプト開発1: 消費者ニーズの探索
11. コンセプト開発2: 競合ブランドの広告表現分析
12. コンセプト開発3: 自社ブランド価値の整理
13. コンセプト開発4: 訴求点(コアメッセージとなるブランドコンセプト)の開発
14. コンセプト開発5: 広告表現への展開

【成績評価方法及び評価基準(最低達成基準を含む)】

前半部分はレポートによって、授業の理解度を確認すると同時に各自のコンセプトデザインの能力を評価する。後半部分はワークショップへの参加・発表の意欲・内容を評価する。
レポート提出とワークショップ参加を最低達成基準とする。

【オフィスアワー: 授業相談】

水曜日6限、木曜日3限
不在の場合はメール等で連絡をとること

電気通信大学 平成16年度シラバス

【学生へのメッセージ】

授業内容の項にも書いた通り、企業での現場経験と大学での教育・研究経験を高いレベルでお持ちになる方に5コマ分のワークショップを担当していただく。学生諸君にとっては得難い体験になるだろうと思う。

【その他】

この科目は平成16年度以降の入学者を対象とする。平成15年度までの入学者に対しては「メディア文化論」として同内容の科目が開講されている。