

登録コード	J5925300	開講年度	2026			
授業科目	法学特別講義（現代メディア・コミュニケーション論）				担当教員	丸橋 昌太郎
英文授業名	Media and Communication Seminars				副担当	岡野 匡将・新沢 崇幸・松浦 良高
単位数	2	講義期間	後期	曜日・時限	集中・不定期	対象学年
講義室			授業区分	講義	遠隔授業科目	（20・23カリ対象科目）経：3年
信大コンピテンシー	非該当					
(1)授業の達成目標	授業で得られる「学位授与の方針」				⇔	【授業の達成目標】
	経法20㊦・応用経済・公共経済，経法20㊦・応用経済・金融経済，経法20㊦・応用経済・制度分析					
	現代社会が抱える課題に対して，社会科学の専門性を軸とする解決方法を提案し，自然科学と協働しながら課題解決に導く力を身につける。				⇔	国内マーケティングの問題について，マーケティング理論及びAIを活用して，解決策を提示できるようになる。
(2)授業で学べる「テーマ」	その他					
(3)全学横断特別教育プログラム	ライフクリエイター養成コース					
(4)授業の概要	SNSなど情報を発信するメディアが多様化する現代社会において、人々に届く情報がAIによって制御され始めており、個々人に届く情報が偏在化してきている。このような現代では、偏在化している情報を的確に取得し、多角的に分析することを踏まえて、個人と個人、あるいは企業と消費者のコミュニケーションをしていくことが求められている。この授業では、偏在化する情報の基礎となるマーケティング理論を学びながら、個人と個人、企業と消費者のコミュニケーション能力を身につけていくことを目的とする。 担当教員のほか、広告業界の最前線で活躍する3人の特任教授により、コミュニケーションの方法論を学びながら、実際に、ある製品を想定して、アイデア（インサイト）を抽出して広告に表現（エクセキューション）をしていくことを実践する。サントリー株式会社の協力を得て、工場見学や飲料の歴史なども学ぶ機会を作る。					
(5)授業計画	1ガイダンス（全員）（9月30日5限）松本 2コミュニケーション総論（9月30日6限）松本 3広告のインサイトを分析する1（松浦）（10月14日5限）（オンライン） 4広告のインサイトを分析する1（松浦）（10月14日6限）（オンライン） 5エクセキューションを分析する1（新沢）（10月28日5限）松本（オンライン） 6エクセキューションを分析する2（新沢）（10月28日6限）松本（オンライン） 7飲料の歴史（丸橋ほか）（11月未定）学外※ 8飲料製造過程視察1（丸橋ほか）（11月未定）学外※ 9飲料製造過程視察2（丸橋ほか）（11月未定）学外※ 10製造担当者ヒアリング1（丸橋ほか）（11月未定）学外※ 11製造担当者ヒアリング2（丸橋ほか）（11月未定）学外※ 12グループワーク1（全員）（12月2日6限）松本（オンライン） 13グループワーク2（全員）（12月16日6限）松本（オンライン） 14グループワーク3（全員）（1月20日6限）松本（オンライン） 15グループワーク4（全員）（2月未定4限）学外※ 16アイデアコンテスト（発表） ※学外には、チャーターバスで移動するので、交通費は不要である。 ※日程は変更になる可能性がある。変更の場合には十分な期間をもって連絡する。					
(6)成績評価の方法	報告内容および発言の積極性を総合的に評価する。 60点～可、70点～良、80点～優、90点～秀					
(7)成績評価の基準	コミュニケーション論を卓越して使えるようになれば90点、コミュニケーション論を十分に使えるようになれば80点、コミュニケーション論をまあまあ使えるようになれば70点、コミュニケーション論をそこそこ使えるようになれば60点、とする					
(8)事前事後学習の内容	現代メディア・マーケティング論を受講していることが望ましい。					
(9)履修上の注意	学外の活動をとまなうので、事前に、日程調整をしておくこと。 工場見学等の学外の活動については、学生が参加しやすい日程に調整する。日程等が不安な場合には、初回に出席して担当教員と相談してほしい。					
(10)質問,相談への対応	授業内で対応するほか、授業外の連絡方法は、授業で指示する。					
【教科書】	特になし。					
【参考書】	特になし。					