

授業科目	広告宣伝論					実務家教員担当科目	○				
単位	2	履修	選択	開講年次	3	開講時期	前期				
担当教員	高橋 幸夫										
授業概要	<p>実務家教員として、広告会社で自動車メーカーをはじめ、国内外の企業・団体の広告・プロモーション戦略・実行に携わった経験をもとに、本科目は実践的な授業内容とする。</p> <p>広告は企業のマーケティング活動をコミュニケーションの側から支援する主要な要素であるばかりでなく、企業広告に見られるように企業の経営戦略そのものに関わる重要な要素でもある。さらには政治、経済、法律、社会、文化などとも多大な影響を及ぼしあっている。</p> <p>また、近年のインターネットに代表される情報テクノロジーとメディア状況の変化、ソーシャルメディアの急速な普及は、これまでのマスメディア主導型広告活動を大きく変えている。</p> <p>本講義では、広告主の立場での広告管理的なアプローチを主要な内容としつつも、より幅広い視野に立った授業内容とする。また、最新広告実務を習得する内容とするために、広告会社から実務者を招き、最新の広告動向、広告クリエイティブなどの授業も取り入れる。具体的には「理論編：SNS 活用を含む最新理論習得」、「制作編：実際の企業の広告的課題解決策の制作」および「プレゼンテーション編：広告案のプレゼンテーションおよび効果的な説得技法」を習得する。</p> <p>なお、下記「授業以外の学習方法・学生へのメッセージ」を確認のうえ履修すること。</p>										
授業形態	講義	授業方		法							
学生が達成すべき行動目標											
標準的レベル	<p>下記の広告宣伝の基本知識を身につけている。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 広告の定義、基礎理論を理解、説明できる。</li> <li>2. マーケティングにおける広告の役割を理解、説明できる。</li> <li>3. 広告における主要メディアの役割を説明・理解できる。</li> <li>4. 広告制作のフローを理解、説明できる。</li> </ol>										
理想的レベル	<p>広告宣伝の基本知識を理解し、実用性と応用力を身につけている。</p>										
評価方法・評価割合											
評価方法		評価割合（数値）				備考					
試験		60%									
小テスト											
レポート											
発表（口頭、プレゼンテーション）		40%									
レポート外の提出物											
その他											
カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング											
DP1	○	DP2	○	DP3	-	DP4	-	DP5	-	ナンバリング	T031203J
学習課題（予習・復習）										1 回の学習目安 （時間）	

<p>授業で配布された資料をもとに復習し、興味・関心や疑問点を抽出しながら授業概要を把握する。</p>	<p>4</p>
<p>授業計画</p>	
<p>第1回</p>	<p>テーマ：ガイダンス 授業内容を解説する。</p>
<p>第2回</p>	<p>テーマ：広告とは何か 現代社会における広告の役割・課題を理解する。</p>
<p>第3回</p>	<p>テーマ：広告の定義と機能 この授業での広告の定義と機能的役割を理解する。</p>
<p>第4回</p>	<p>テーマ：マーケティングと広告 企業のマーケティング活動の中の広告の位置づけと役割を理解する。</p>
<p>第5回</p>	<p>テーマ：ブランドと広告 企業がブランドを構築する際の広告の役割と 広告活動を理解する。 (外部講師による講義)</p>
<p>第6回</p>	<p>テーマ：マーケティングコミュニケーション 広告のコミュニケーションにおける役割を事例を用いて理解する。 (外部講師による講義)</p>
<p>第7回</p>	<p>テーマ：広告プロセスとマネジメント 広告発注から制作の流れを理解する。</p>
<p>第8回</p>	<p>テーマ：広告主と広告プランニング 広告を発注する企業の考え方とプランニングについて事例を用いて理解する。</p>
<p>第9回</p>	<p>テーマ：広告表現企画と広告制作の実務を学ぶ。 (外部講師による理論編)</p>
<p>第10回</p>	<p>テーマ：広告表現企画と 広告制作の実務を学ぶ。(外部講師による制作編)</p>
<p>第11回</p>	<p>テーマ：広告表現企画と広告制作の実務を実習する。 (外部講師によるプレゼンテーション編)</p>
<p>第12回</p>	<p>テーマ：広告メディア1 マスメディア（新聞、テレビ、ラジオ、雑誌）の理解とメディアプランニングについて理解する。</p>
<p>第13回</p>	<p>テーマ：広告メディア2 インターネット、SNSメディアの理解と国内外の最新広告事情について理解する。</p>
<p>第14回</p>	<p>テーマ：授業のまとめ</p>
<p>第15回</p>	<p>テーマ：授業のまとめ2 試験</p>
<p>テキスト</p>	<p>指定しない：プリント配布</p>
<p>参考図 書・教材 ／データ ベース・</p>	<p>都度紹介する。</p>

<p>雑誌等の 紹介</p>	
<p>課題に対 するフィ ードバッ クの方法</p>	<p>第1回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。</p>
<p>学生への メッセー ジ・コメ ント</p>	<p>マーケティング入門、消費者行動論を履修していることが望ましい。 マスコミ4媒体（新聞、ラジオ、テレビ、雑誌）およびインターネット・SNS 広告、屋外広告など、身の回りの様々な形態の広告に注目してみる。</p> <p>本科目は、実務家教員科目であり、またゲスト講師が参加する授業構成となる「選択科目」であるため、企業、地域のブランド戦略について「真剣」に学ぶ意欲と姿勢がある学生のための履修を強く要請する。</p>

