

講義名	広告論(経営学科)			授業形態	
担当教員	川村 洋次	開講期・曜日・時限	前期 木曜日 3 時限		
		単位数	2	履修開始年次	3 年生

主題と概要

広告活動は、マーケティングの4Pにおけるプロモーション活動の1つです。その広告について、本講義では広告の基本的な考え方を身につけ、現実の企業における広告を理解することで、企業の広告（広くはプロモーション）マネジメントに関する知識を身につけることを目指します。マーケティングと広告、広告計画の進め方、広告の新展開などについて解説します。

到達目標

- (1) 広告の基本的な考え方を身につける。
- (2) 広告の基本要素を理解する。
- (3) 現実の企業における広告が理解できる。

提出課題

講義中のミニレポート

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

ミニレポートについては、講義中にフィードバックを行います。

評価の基準

ミニレポート：約50%
最終テスト：約50%

履修にあたっての注意・助言他

講義中の私語は遠慮を命じる場合があります。
講義中の入室者は入室してください。
スマートフォン等でのスライドの撮影は禁じます。

教科書

.現代広告論.	岸 志津江・田中 洋・嶋村 和恵・丸岡 吉人	有斐閣アルマ	2700	9784641222328
---------	------------------------	--------	------	---------------

参考図書

その他

授業計画

1. ガイダンス/広告とは何か
(予習) 最近気になった広告の媒体・企業名・広告目的について調べる(90分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(150分)
2. マーケティング計画と広告
(予習) マーケティングとは何かを事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
3. マーケティング・コミュニケーション組織
(予習) 広告会社について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
4. 広告計画の構造と調査
(予習) 興味がある広告について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
5. 広告戦略の立案
(予習) 広告戦略とは何かを事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
6. 広告予算の決定方法
(予習) 広告費がいくらかかるかを事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
7. 広告コミュニケーション過程と効果
(予習) 広告コミュニケーション過程について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
8. 表現計画
(予習) 印象に残る広告を事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
9. 媒体計画
(予習) 広告媒体の種類について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
10. インターネット広告
(予習) インターネットにおける広告媒体の種類について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
11. ブランド・コミュニケーションのマネジメント
(予習) ブランドとは何かを事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
12. 広告効果の測定
(予習) 広告効果の測定指標について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
13. 広告関連の法規と規制
(予習) 広告関連の規制には何かがあるかを事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
14. 広告の新展開
(予習) 新しい広告の手法について事前に調べる(120分)
(復習) 講義内容を復習し、理解を深める(120分)
15. 最終テスト/振り返り

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

経営学科のディプロマ・ポリシーにおける「現実の企業における広告を理解することで、経営戦略に直結するマーケティング戦略・広告戦略の基礎と実践を学ぶことにより企業経営の根幹が理解できる」という能力に寄与する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

実務経験あり
コンサルティングの観点から広告計画の進め方について言及します。

備考
