

講義名	広告論		
担当教員	田村 直樹		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 2時限	授業形態	演習
履修開始年次	3年生	単位数	2
主題と概要 広告を心理学ベースで理解し、広告制作の実習課題を通して実践的に基礎を学ぶ。			
到達目標 広告に関する基本知識の獲得。			
提出課題 授業で、毎回、広告制作の課題があります。			
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック 課題に関する評価は授業中に行います。			
評価の基準 中間テスト（30%） 期末テスト（70%）			
履修にあたっての注意・助言他 教科書は必ず購入して受講してください。 中間テスト、期末テストは教科書持ち込み可で実施します。			

教科書				
.女子大生のまなざしを心理学で分析してみたら。	田村直樹、日本交流分析協会関西支部	現代図書	2420	9784434250477
プリント資料及び参考文献				
特になし				
授業計画				
1. 広告の心理 2. 顧客心理 1 3. 顧客心理 2 4. 顧客心理 3 5. 顧客心理 4 6. ターゲット顧客 1 7. ターゲット顧客 2 8. ターゲット顧客 3 9. 中間テスト 10. 広告表現 1 11. 広告表現 2 12. 広告表現 3 13. キャッチコピー 1 14. キャッチコピー 2 15. キャッチコピー 3				
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）				
準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間				
予習、新聞広告をリサーチ、120分 復習、教科書の確認、120分				
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連				
企業マネジメントに関する幅広い知識と専門領域で要求される知識・実践的能力を身につけることで、社会に貢献できる学生を育てます。 「流通科学大学学則」に基づき、商学部経営学科に所定の期間在学し所定の単位を取得したことをもって、本学および商学部経営学科の学生として卒業時に身につけておくべき資質・能力を身につけたものとみなし、「学士（経営学）」の学位を授与します。				
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				
備考				
新型コロナウイルス感染症の状況によりシラバスに変更が生じる可能性があります。 新型コロナウイルス感染症の感染者、濃厚接触者等で、通学困難となった場合はメールでのやり取りにて対応します。				