

講義名	マーケティング・コミュニケーション論			授業形態	
担当教員	飯野 祥太	開講期・曜日・時限	前期 火曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	3年生

主題と概要

マーケティングにおける様々な活動の中で、マーケティング・コミュニケーションの分野はデジタル化の影響を大きく受けています。このマーケティング・コミュニケーションにはマスメディアやWebを用いた広告活動から、クチコミやインフルエンサーによるSNS投稿など幅広い活動が含まれます。本講義では、マーケティング・コミュニケーションにおける基礎的な習得に加え、事例を踏まえた方法論を学んでいきます。

到達目標

- (1) マーケティング・コミュニケーションの基本的な考え方を身につける。
- (2) マーケティング・コミュニケーションの基本要素を理解する。
- (3) 現実の企業におけるマーケティング・コミュニケーションが理解できる。

提出課題

講義中のミニレポート
中間課題

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

ミニレポートおよび中間課題については、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30%
中間課題：約20%（日程は変更の可能性あり）
期末試験：約50%

履修にあたっての注意・助言他

講義中の入室は控えてください。
講義中の私語は退室を命じる場合があります。

教科書

参考図書

「わかりやすいマーケティング・コミュニケーションと広告（第2版）」	石崎 徹	八千代出版	2700	9784842917382
「消費者・コミュニケーション戦略」	田中 洋・清水 聡	有斐閣アルマ	2400	4641122741

その他

授業計画

1. ガイダンス、マーケティングの考え方
2. マーケティング・コミュニケーションの考え方
3. マスメディア
4. マスメディア
5. トリプルメディア
6. トリプルメディア
7. コミュニケーション・プランニング / 中間課題
8. クチコミ
9. PRとパブリシティ戦略
10. セールス・プロモーション
11. ディレクト・マーケティング
12. インストア・マーチャンダイジング
13. ソーシャル・マーケティングとマーケティング・コミュニケーション
14. ブランド構築とマーケティング・コミュニケーション
15. 総まとめ

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：2時間
- 次週のテーマに関して、キーワードについてあらかじめ調べておく
- 復習：2時間
- 学んだ内容についてキーワードを説明できるようにする
- 学んだ内容にあてはまる事例を探してくる

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

・マーケティング学科のディプロマ・ポリシーにおける「マーケティング動向、流通業界及び関連業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、マーケティング、ブランド戦略、小売業等、流通に関する問題探索、課題提案ができる」という能力に寄与する。
・経営学科のディプロマ・ポリシーにおける「自業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、企業マネジメントに関する問題探索、課題提案ができる」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（当科目には関連なし）

備考