

講義名	広告論(マーケティング学科)			授業形態	
担当教員	藪野 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
				ナンバリング・コード	MKT360
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、本講義では広告に関する基礎的な知識の習得にとどまらず、最新の事例を用いながら“企業・ブランド”“消費者”のそれぞれの視点に立つて、マーケティングと消費者心理の両側面から広告への理解を深めていきます。					
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					
講義中の私語は退室を命じる場合があります。 講義中の入室遅延は控えてください。 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					
.使用しない.					
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3版）.		石崎 徹	八千代出版	2700	9784842918655
.現代広告論.		岸 志津江・田中 洋・嶋村 和恵	有斐閣アルマ	2400	9784641220799
.広告心理.		仁科 貞文・田中 洋・丸岡 吉人	電通	2000	9784885531934

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について、「媒体・企業名・広告の目的」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. 広告とマーケティング （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. マスメディア （予習）マスメディア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. Webメディア （予習）Webメディア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. 広告とブランド・コミュニケーション （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）			
6. 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）			
7. 広告効果と心理的プロセス （予習）第6回講義で提示した用語について、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
8. 広告効果と心理的プロセス （予習）第7回講義で提示した用語について、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
9. 広告媒体の心理 （予習）第8回講義で提示した用語について、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
10. 広告表現の心理 （予習）第9回講義で提示した用語について、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
11. 広告規制 （予習）日本国内の広告に関する規制について、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
12. グローバル広告戦略 （予習）日本の広告と海外の広告の違いについて、調べる（120分） （復習）講義内容を復習し、理解を深める（120分）			
13. ソーシャル・マーケティングと広告 （予習）ソーシャル・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）			
14. 新しいコミュニケーション （予習）広告以外を用いた企業から消費者へのコミュニケーションについて、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			
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、小売業界、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。			
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			