

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	畚野 祥太	開講期・曜日・時限	後期 水曜日 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
						MKT380
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						
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退室を命じます。 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	
.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 （予習）マーケティングとは何かを事前に調べる（ 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・コミュニケーションの考え方 （予習）企業のプロモーション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. ペイドメディア （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. ペイドメディア （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. オウンドメディア （予習）オウンドメディア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. アーンドメディア （予習）アーンドメディア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. クチコミ （予習）クチコミ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）		
8. PRとパブリシティ戦略 （予習）PRとパブリシティ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）		
9. セールス・プロモーション （予習）セールス・プロモーション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）		
10. ダイレクト・マーケティング （予習）ダイレクト・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）		
11. キャラクター・マーケティング （予習）キャラクター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. インストア・マーチャンダイジング （予習）インストア・マーチャンダイジ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）		
13. ブランド構築とマーケティング・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）		
14. ブランド構築とマーケティング・コミュニケーション （予習）ブランドによるコミュニケーションの事例を調べる（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。 ・経営学科のディプロマ・ポリシーにおける「各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		