

平成25年度授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	広告論(Advertisement Theory)	授業コード	E035901
担当教員名	後藤 幹雄		
配当学年	2	開講期	前期
必修・選択区分	選択	単位数	2
履修上の注意または履修条件	教わろうではなく、考える癖を身につけてほしいですね。		
受講心得	講義中の携帯・私語は厳禁、ルール違反は退室してもらいます。座席指定。		
教科書	参考資料配布		
参考文献及び指定図書	①「現代広告論」岸志津江、田中洋、嶋村和恵(有斐閣アルマ) ②「新しい広告」監修嶋村和恵(電通) ③「広告に携わる人の総合講座」(日経広告研究所) ④「広告効果論」仁科貞文編著(電通) ⑤新広告用語事典 亀井昭宏監修(電通)		
関連科目	マーケティング論、eビジネス論 I、サービスマーケティング論、ブランド論		

授業の目的	広告に関する理論の基礎をマスターすること。広告に関係する様々な要素の変化を肌で感じ取ること(メディアの変化、消費者の変化、広告主の変化など)。活きた広告の感触を伝えることにより、何らかの形で広告に関わるような仕事への興味が増す或いは生じるようになってもらう。
授業の概要	広告の歴史、マーケティングと広告の関係、広告計画における媒体計画の概要、広告計画における表現 計画の概要、広告効果について、デジタルメディアの普及による広告の変化などを、各2~3回ずつ学びます。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第1週：広告の基礎① ・自己紹介を兼ね電通の組織・業務の紹介、メディアの現状と将来展望	配布資料
第2週：広告の基礎② ・広告の基本(定義、宣伝・PR・プロモーションとの関係、広告の種類・基本機能)	配布資料
第3週：広告の歴史 ・欧米、日本の広告の変遷を、歴史的コンテキストの中で紹介し、広告の社会的・文化的意味を学ぶ。出来るだけ具体的事例を紹介する。	配布資料
第4週：マーケティングと広告① ・マーケティングとは何か、マーケティングと広告の関係、	配布資料
第5週：マーケティングと広告② ・現代マーケティングの3つのキーポイント～顧客志向・ブランド構築・広告効果について解説する。	配布資料
第6週：マーケティングと広告③ 現代マーケティングのキーコンセプト～IMCやコンタクトマネジメントの概要を学ぶ。	配布資料
第7週：媒体計画① ・広告計画の体系、媒体計画の位置づけ、マス4媒体の計画と事例について学ぶ。	配布資料
第8週：媒体計画② ・広告計画の新しい動向、ビローザライン広告及びインターネットを使った広告計画と事例について学ぶ。	配布資料
第9週：表現計画①	

・広告計画における表現計画の位置づけ、表現計画の流れについて学ぶ。		配布資料
第10週：表現計画② ・事例中心に表現計画の意味合い、新しい動向について学ぶ。		配布資料
第11週：広告効果論① ・広告効果論の概論、効果測定のいくつかのモデルについて学ぶ。		配布資料
第12週：広告効果論② ・具体的事例をもとに、広告効果論の理解を深める。		配布資料
第13週：消費者行動について ・消費者の意思決定過程と購買行動の仕組みについて基本的枠組みを学ぶ。		配布資料
第14週：転換期を迎えている日本の広告ビジネスについて ・広告のビジネスモデルの変化、環境変化(メディア・広告主)、広告会社の課題と対応など。		配布資料
第15週：まとめ 第1週～第14週のまとめを行い、広告の基本的仕組みや企業にとっての役割をしっかりと理解する。		配布資料
第16週：期末試験		
授業の運営方法	(1)授業の形式	「講義形式」
	(2)複数担当の場合の方式	
	(3)アクティブ・ラーニング	
備考		

○単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	広告の基本的機能が説明できる。
【知識・理解】	マーケティングと広告の関係の基礎を、説明できる。
【技能・表現・コミュニケーション】	広告計画の基本的な仕組みを説明できる。
【思考・判断・創造】	ケーススタディーを通して、仕事の場面における広告行動をイメージできる。

○成績評価基準(合計100点)			合計欄	0点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	期末試験・中間確認等 (テスト)	レポート・作品等 (提出物)	発表・その他 (無形成果)	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	20点			
【知識・理解】 ※「専門能力<知識の獲得>」を含む。	20点			
【技能・表現・コミュニケーション】 ※「専門能力<知識の活用>」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	30点			
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	30点			
(「人間力」について) ※以上の観点到、「こころの力」(自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力)と「職業能力」(職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力)を加えた能力が「人間力」です。				

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安	
成績評価方法	評価の実施方法と達成水準の目安
レポート・作品等 (提出物)	
発表・その他 (無形成果)	