

## 平成27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	小牧 渉		科目ナンバリングコード	E20302
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	入門コースですので、広告への興味、好奇心さえあれば理解できます。			
受講心得	常日頃、消費者の立場で個々の広告に向き合い、主観的に感動できる感性と客観的に評価できる視点を持ってほしい。			
教科書	参考資料配布			
参考文献及び指定図書	① 梶山皓著「広告入門」日経文庫 ② 井徳正吾編著「広告ハンドブック」日本能率協会マネジメントセンター ③ 佐藤尚之著「明日の広告」アスキー新書 ④ 嶋村和恵監修「新しい広告」電通 ⑤ 月刊「宣伝会議」			
関連科目	マーケティング論、ブランド論、コミュニケーション論			

授業の目的	日常的に接する広告に関する基礎知識を学び、広告に対する興味を発生させている背景を理解し、広告が世の中の変化に連動していることを感じとり、多くの人とより良くコミュニケーションするには一定の方法があることに気づいてもらう。何らかの形でコミュニケーションに関わるような仕事への興味が増すサポートとしたい。
授業の概要	広告の歴史、マーケティングと広告、ブランド、広告業界の現状、メディア状況、等の基礎を学んだ後、広告計画立案(媒体/表現)の実務の概論を学び、日常的には深く接触しているプロモーション領域やスポーツマーケティング領域に触れ、締めくくりとして将来の広告環境を展望する。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
<b>第1週：広告の基礎①</b> ・日本の優秀広告作品(最優秀作品の実例解説と日本の広告市場の概観を概観しながら広告の基礎について学びます。	配布資料
<b>第2週：広告の基礎②</b> ・広告の歴史。広告の歴史を学びながら広告の過去、現在から将来を展望します。	配布資料
<b>第3週：広告の歴史</b> ・広告とは、マーケティングとは、ブランドとは、日本の広告業界について全体像の概要を理解します。	配布資料
<b>第4週：広告メディア</b> ・新聞、雑誌、テレビなど広告メディアは数多く、それぞれが連動しながら広告は動いています。広告メディアにはどのようなものがあるのか知り、どの特徴を学びます。	配布資料
<b>第5週：広告計画立案①</b> ①マーケティング計画 広告計画を立案する際のマーケティングの考え方について学びます。	配布資料
<b>第6週：広告計画立案②</b> ・媒体計画 マーケティング計画の中でどのような媒体を使って広告を行うのかについて学びます。	配布資料

<b>第7週：広告立案③</b>		
・表現計画 広告をどのように表現するのか。どのように計画が行われるのかそのプロセスについて学びます。		配布資料
<b>第8週：広告の実行</b>		
・実際に広告を実行するときどのような方法がとれるのか。広告で成果を上げるための考え方、方法について学びます。		配布資料
<b>第9週：中間確認</b>		
・8回目までの中間のまとめを行います。		配布資料
<b>第10週：プロモーション</b>		
・プロモーション計画の立案とその実行について学びます。		配布資料
<b>第11週：スポーツマーケティング概論</b>		
・スポーツをテーマに、今まで学んだマーケティング、広告の考え方と手法について学びます。		配布資料・ミニテスト
<b>第12週：スポーツマーケティング</b>		
・オリンピック、ワールドカップ。実際に事例をあげてスポーツマーケティングへの理解を深めます。		配布資料
<b>第13週：広告調査、効果測定、広告規制</b>		
・実施された広告が実際にどのような効果を上げているのか。また広告の規制について学びます。		配布資料
<b>第14週：これからの広告</b>		
・技術の進展は早く、常に変化をしています。広告が今後、どのように変わっていくのか。これからの広告について考えます。		配布資料
<b>第15週：まとめ</b>		
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します。		配布資料
<b>第16週：期末試験</b>		
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	「アクティブ・ラーニング科目」
地域志向科目	該当しない	
備考		

<b>○単位を修得するために達成すべき到達目標</b>	
<b>【関心・意欲・態度】</b>	日常接する広告に対する興味と疑問を持つこと
<b>【知識・理解】</b>	マーケティングと広告の関係の基礎を、説明できる。
<b>【技能・表現・コミュニケーション】</b>	コミュニケーションの方法の複線化、広告計画の基本的な仕組みを説明できる。
<b>【思考・判断・創造】</b>	創造

○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)	
<b>【関心・意欲・態度】</b> ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	30点	10点		
<b>【知識・理解】</b> ※「専門能力(知識の獲得)」を含む。	50点			
<b>【技能・表現・コミュニケーション】</b> ※「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。		10点		
<b>【思考・判断・創造】</b> ※「考え抜く力」を含む。				
<p>(「人間力」について)</p> <p>※以上の観点に、「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。</p>				

○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)	レポートの提出と最後の総合テストの総合評価による。また、出席状況・受講態度も考慮する。
発表・その他 (無形成果)	