平成30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いてほしい。				
教科書	参考資料配布				
参考文献及び指定図書	① 梶山晧著「広告入門」日経文庫 ② 佐藤尚之著「明日の広告」アスキー新書 ③ 嶋村和恵監修「新しい広告」電通 ④ 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や、メッセージの発信元と受け手の間のコミュニケーションの仕組みを理解し、広告が世の中の変化に連動していること、多くの人とより良い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、広告原稿の表現／立案の実務の概論を学び、実際に広告制作の演習も行う。

○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 ・日本の優秀広告作品の実例解説とその広告が成り立つ背景、広告市場を概観しながら広告の基礎について学びます。	クラス内レポート:好きな作品とその理由(20分)
第 2 週 ： 広告の基礎② ・広告の発展の歴史を学び、時代ごとの広告の機能、役割を学びます。	クラス内レポート:自分の人生の中での広告作品(20分)
第 3 週 ： 広告、マーケティング、ブランド ・広告とは、マーケティングとは、ブランドとは。広告に関わる事象の概要を理解します。	クラス内レポート:好きなブランドと競合ブランド(20分)
第 4 週 ： ブランドの価値 近年、マーケティング領域で重要視されているブランドとブランドの価値について考察します。	クラス内レポート:ブランド価値の比較、分析(20分)
第 5 週 ： 広告の種類、広告会社 広告の種類、広告会社の概要を学ぶ。	配布資料
第 6 週 ： 広告メディア①(新聞、雑誌、TV) 広告媒体としての新聞・雑誌の印刷媒体、テレビ媒体の特徴、広告の特徴を学びます。	配布資料
第 7 週 ： 広告メディア②(ラジオ、インターネット・モバイル)	

広告媒体としてのラジオ、インターネット・モバイルの特徴、広告の特徴を学びます。	クラス内レポート：ラジオの特性を活かしたCMは？（20分）
第 8 週 ： 広告メディア③（OOHメディア、プロモーションメディア） OOHメディア（屋外・交通）、新聞折込、DM、フリーペーパー等の地域密着の販促広告の効果、特徴を学びます。	グループ討議：あなたが商店主だったらどんな広告活動をするか？（40分）
第 9 週 ： これまでの講義の復習 これまで8回分の講義の要点整理。	過去の講義の重要スライドのプリント配布
第10週　過去講義に関するミニテスト／コピーライティング演習 30分程度の復習判断テスト。コピーライティングをグループ演習。	グループ討議：よりよいコピー、インパクトの強いコピーにするには？（40分）
第１１週 ミニテスト解説／広告アート演習 ミニテスト解答の解説。広告制作のアート面の演習。	配布資料
第１２週 海外のCM 海外の広告の実例を紹介して、日本との違い、その理由などを学びます。	クラス内レポート：日本と海外のCMの相違点分析（20分）
第１３週 消費者への新しいアプローチ 従来の広告媒体、従来の広告表現では消費者の興味を引けなくなった現状で、様々な斬新、新奇な手法が登場しています。海外の手法も含めて最新のアプローチを学びます。	クラス内レポート：新アプローチの評価（20分）
第１４週 広告に関する法律、制度、規制 消費者保護のための様々な管理、規制について学びます。	配布資料
第１５週 講義の再度のまとめと最新広告事例紹介 過去の講義のまとめを行い、最低限理解して記憶しておくべきポイントを整理。新年度の広告賞発表のタイミングで受賞作品の紹介。	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	「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		

○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】	日常接する広告に対する興味と疑問を持つ視点。
【知識・理解】	マーケティングと広告の仕組みの基礎を説明できる。
【技能・表現・コミュニケーション】	コミュニケーションの方法の複線化、基本的な広告表現の能力。
【思考・判断・創造】	自由な発想法。

○成績評価基準（合計100点）	合計欄	100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。		15点	20点
【知識・理解】 ※「専門能力〈知識の獲得〉」を含む。	50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。		15点	
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。			

（「人間力」について）

※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）	レポートの提出と最後の総合テストの総合評価による。
発表・その他（無形成果）	出席状況、受講態度（質問への積極的解答）、演習への積極的参画