

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	2年	2	選択
担当教員			
美藤 信也			
C (商学部)	S (専門科目)	MK (マーケティング)	201 (中級科目)

授業のねらい (概要)	<p>本授業では、DPに記載のある、情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢を目指している。また、専門的分野の学びを、実務や社会で応用できる能力を養成します。詳細な内容として、本授業では、広告の理論や概念から実務的展開までを身につけます。広告は、企業のマーケティング活動の重要な役割の一つになるため、実際の企業及びビジネスの具体的な事例を活用し、日常的な事実と関連させて広告を学習することで、マーケティング戦略における広告の役割から広告の理論と実際までを習得できます。企業研究、業界研究及び就職活動にも役立ちます。</p>
授業計画	<p>第1回 【遠隔】 ガイダンス (①本講義の進め方・評価の仕方, ②広告論で何を学ぶか。) 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第2回 【遠隔】 広告とは何か 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第3回 【遠隔】 マーケティング戦略と広告 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第4回 【遠隔】 広告の種類とプロモーション 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第5回 広告戦略の策定 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第6回 広告と表現 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第7回 【課題】 マスコミと広告① 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第8回 マスコミと広告② 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第9回 セールスプロモーションと広告① 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第10回 セールスプロモーションと広告② 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第11回 【課題】 ブランド戦略と広告 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第12回 広告関連法規 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第13回 【課題】 インターネットと広告 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第14回 グローバル広告 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p> <p>第15回 まとめ 予習 (時間) : 事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。(120分) 復習 (時間) : 授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。(120分)</p>
授業を通して身に付けることができる能力 (DP)	<p>①職業人的倫理観を持ち、組織で協働できる能力 ②情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢 ③経営学の専門的知識を持ち、組織全体を見渡す能力 ④経営資源を多面的に理解し、活用できる能力</p> <p>【身に付くスキル】 課題解決力・創造的思考力</p>
到達目標	<p>①広告の基礎的用語や知識を学び、それらの具体的な内容を身に付けること。 ②広告の実務的な知識及びマーケティングにおける広告の役割を習得すること。</p>
課題や小テスト等のフィードバックの方法	小テストなどの全体的な注意点等は、授業内で解説する。

履修上の注意	日本経済新聞を主とする新聞及びニュース等で取り扱われる広告に関する記事をできる限り読み、現在のトピックスや現実の動きに注視すること。
成績評価の方法・基準	授業中に与えた課題への回答（30％）と期末テスト（70％）の合計点で評価する。
教科書	教科書は、使用しません。
参考書・教材	【参考書】講義の際に紹介します。 【教材】必要に応じてプリント及び資料を配布します。
備考	2020年度は、7、11、13回を課題研究として学修します。  第7回の授業は、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第5回、第6回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。  第11回の授業も、第7回の授業と同様、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第9回、第10回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。  第13回の授業も、第7回、第11回の授業と同様、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第11回、第12回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。  「成績評価の方法・基準」欄の「定期試験等」は、本学の感染状況への対応を踏まえて、「最終レポート」で代替することがある。その場合は、授業などで実施方法の詳細と評価基準を受講生に告知する。
教員との連絡方法	メール（アドレスは、授業内で周知）