

科目名	開講年次	開講期	単位数	科目区分
広告論	3	後期	2	学科専門・選択必修
担当者名(ふりがな)	学生との連絡方法			○
(かなざわ よしあき) 金澤 良昭	授業支援システム:ユニブルー ブ(イツクラス)を活用します。			

(英文科目名 Advertising)

授業の概要

本講義では、理論的視点と実務的視点の両面から、広告についての重要なトピックを取り上げて解説していきます。マーケティング活動の一環としての広告を概観した後、広告媒体ごとの特徴、効果、動向等を学びます。加えて広告表現、媒体計画の企画などのグループワークを通して広告の理解を深めてもらいます。また授業では理解が促進できるようDVDなどの映像教材も活用したいと考えています。

科目の位置づけ

この科目は、本学部のカリキュラム・ポリシー(3)、すなわち、ホスピタリティ・ツーリズムコースの実践的で柔軟な専門性を修得する科目として位置づけられます。ホスピタリティ・ツーリズムコースにおいて情報やメディアといった分野を学ぶための一科目です。広告については、さまざまな学問領域で研究されていますが、この授業においては経営学、マーケティングの視点で説明していきます。

ディプロマ・ポリシーと到達目標

修得できる能力(ディプロマ・ポリシー)	関与度	到達目標
(1)知識・理解 体系的な学修や多様な学修を通して、サービス経営学を構成する諸科学の学問内容及び方法を理解する。	◎	企業が広告を行う目的やプロセス、効果について基本的な内容を理解する。 メディアと周辺の技術の変化が広告に及ぼす影響を理解する。
(2)汎用的技能 学んだことや考察した結果を適切な手段によって適切に表現することができる。	○	企業が広告を行う目的やプロセス、効果について分析し、その結果を対象者に合わせて文章と図解によって表現できる。
(3)態度・志向性 学問の論理や体系に関心を持つとともに、学問的な見方や考え方の良さを認識し、それらを事象の考察や実践に積極的に活用しようとする。		
(4)総合的な学修経験と創造的思考力 ①教育課程の多面的、計画的な履修による学びの統合により、サービス産業の多様な課題を発見し、問題を解決する能力等の思考力を身につける。 ②社会の変化に対応できる力を身につけ、生涯にわたる自らのキャリア形成を含め、人生の目標に向かって努力実践できる。		

授業の方法・講義手法の概要

講義、演習(グループ・ワーク、発表など)

授業期間全体を通じた授業の進め方

回	内容	事前学修/事後学修
1	1章 マーケティングとマーケティング・コミュニケーション 2章 マーケティング・コミュニケーションの考え方	事前学修:参考文献を読む(90分) 事後学修:1~2章の復習(90分)

2	3章 広告/マーケティング・コミュニケーション諸活動の定義と機能	事前学修:3章の予習(90分) 事後学修:3章の復習(90分)
3	4章 広告/マーケティング・コミュニケーションのビジネス	事前学修:4章の予習(90分) 事後学修:4章の復習(90分)
4	5章 コミュニケーション・プランニング 6章 広告費と広告予算	事前学修:5～6章の予習(90分) 事後学修:5～6章の復習(90分)
5	7章 アカウント・プランニングと広告クリエイティブ	事前学修:7章の予習(90分) 事後学修:7章の復習(90分)
6	8章 コミュニケーション・メディア	事前学修:8章の予習(90分) 事後学修:8章の復習(90分)
7	9章 広告予算と広告効果測定	事前学修:9章の予習(90分) 事後学修:9章の復習(90分)
8	中間の振り返り	事前学修:1～9章既習部の疑問点整理(90分) 事後学修:1～9章既習部の復習(90分)
9	10章 広告/マーケティング・コミュニケーション規制	事前学修:10章の予習(90分) 事後学修:10章の復習(90分)
10	11章 BtoB広告	事前学修:11章の予習(90分) 事後学修:11章の復習(90分)
11	14章 セールスプロモーション	事前学修:14章の予習(90分) 事後学修:14章の復習(90分)
12	15章 PRとパブリシティ	事前学修:15章の予習(90分) 事後学修:15章の復習(90分)
13	16章 クチコミ	事前学修:16章の予習(90分) 事後学修:16章の復習(90分)
14	17章 ダイレクト・マーケティング	事前学修:17章の予習(90分) 事後学修:17章の復習(90分)
15	まとめ	事前学修:10～17章既習部の疑問点整理(90分) 事後学修:10～17章既習部の復習(90分)

成績評価の方法・基準

課題及び受講参画度(30%)、試験(70%)により総合的に評価します。

指定教科書

石崎他『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』八千代出版 2016年

参考文献等

波田浩之『この1冊ですべてわかる 新版 広告の基本』日本実業出版社 2018年
岸・田中・嶋村『現代広告論 第3版』有斐閣 2017年

履修上の留意点

実務経験

電機メーカーに勤務し広告・広報・販売促進などの業務を担当。実務経験をもとに広告について話をします。