

広告ビジネス論

科目ナンバリング SOC-234
選択 2単位

吉野 ヒロ子

1. 授業の概要(ねらい)

コーポレート・コミュニケーションには、広告・プロモーション・マーケティング・広報などさまざまな活動があります。この講義では他の活動も視野に入れつつ、産業としての広告の仕組みについて学びます。

2. 授業の到達目標

講義を通じて、産業としての広告の基本的な考え方を把握し、現代社会への理解を深めること

3. 成績評価の方法および基準

- ・10回以上の出席を前提とし、教場試験(全持ち込み可)で判断します。
- ・出席は学生証の認証で行い、忘れた場合はカウントしません。

4. 教科書・参考文献

教科書

『現代広告論 第3版』(2017年 2,100円) 有斐閣アルマ

5. 準備学修の内容

- ・個々の課題については教場で指示します。
- ・日々接触する広告に関心を持ち、自分や周囲の人が広告にどういう影響を受けているか観察してください。
- ・講義で紹介した書籍などに眼を通したり、気になるトピックについてネットで検索するなど調べてみてください。

6. その他履修上の注意事項

毎回レスポンスペーパーを課します。書くのが苦にならない人だけでなく、書くのが苦手だが改善したい人を歓迎します。レスポンスペーパーのうち、興味深いものは次回講義冒頭で、個人情報伏せて紹介させていただきます。前期の「広告文化論」と異なり、教科書に準じた講義なので、「広告文化論」受講者は注意してください。教科書の購入は必須ではありませんが、広告関連業界への就職を希望する学生は購入を勧めます。

7. 授業内容

- | | |
|--------|---------------------|
| 【第1回】 | 自己紹介と今後の講義について |
| 【第2回】 | 広告とはなにか |
| 【第3回】 | マーケティング計画と広告 |
| 【第4回】 | マーケティング・コミュニケーション組織 |
| 【第5回】 | 広告計画の構造と調査 |
| 【第6回】 | 広告戦略の立案 |
| 【第7回】 | 広告予算の決定方法 |
| 【第8回】 | 広告コミュニケーション過程と効果 |
| 【第9回】 | 表現計画と媒体計画 |
| 【第10回】 | ブランド・コミュニケーション管理 |
| 【第11回】 | 広告効果の測定 |
| 【第12回】 | 広告関連の法規と規制 |
| 【第13回】 | インターネットと広告 |
| 【第14回】 | まとめと教場試験 |
| 【第15回】 | 教場試験結果講評と全体の振り返り |