

広告文化論

科目ナンバリング SOC-233
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・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、社会的な視点から広告が生み出した文化的側面について学びます。

2. 授業の到達目標

- ・講義を通じて、広告文化の基本的な考え方を把握し、現代社会のあり方や企業コミュニケーションに対する理解を深めること。
- ・広告やさまざまな企業メッセージに触れたときに、自分なりの視点から観察・分析できるようになること。
- ・自分が情報発信する際に、上記を活かすことができるようになること。

3. 成績評価の方法および基準

- ・基本的には10回以上の出席・自筆レスポンスペーパーの提出を前提とし、レポート(第14回講義までに教場提出)で判断します。
- ・レポートは2000字以上で、別途、初回講義とLMSで題目や形式について指示します。

4. 教科書・参考文献

参考文献

『現代広告論』(有斐閣アルマ)

5. 準備学修の内容

- ・身の回りの広告に関心を持ち、ユニークなもの、興味深いものは蓄積してレポートに役立てる
- ・講義で紹介した書籍などに眼を通したり、興味を持ったトピックについてネットで検索すること

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。

7. 授業内容

- 【第1回】 講師自己紹介と今後の講義について
- 【第2回】 「広告」の定義とコーポレート・コミュニケーション
- 【第3回】 江戸時代の広告と近代広告の黎明
- 【第4回】 高度成長期の広告と80年代の「PARCO」「セゾン」文化
- 【第5回】 生活者の変化
- 【第6回】 広告メディアとしての雑誌文化
- 【第7回】 インターネットの登場とクロスメディア
- 【第8回】 CSRと公共広告
- 【第9回】 ドラマ・映画とプロダクト・プレースメント
- 【第10回】 広告とブランド
- 【第11回】 事例:広告に登場する「家族」
- 【第12回】 事例:広告と「自分らしさ」
- 【第13回】 事例:ゲーム産業の広告
- 【第14回】 ※レポート提出締切
カンヌライオンズ受賞作紹介
- 【第15回】 レポート講評とまとめ