# 北海商科大学　講義概要（シラバス）

2020年度

| 科目名 | 広告論 | 科目コード | 1416 | 単位数 | 2 |
|---|---|---|---|---|---|
| 担当者名 | 高宮城　朝則 | 開講セメスター | 第6セメスター | 開講年次 | 3年次 |
| 授業の方法 | 講義 | 実務経験 | 無 | | |

**授業のねらい**

本授業は広告をその主たる担い手である企業の活動、とりわけマーケティングの中核的活動として位置づける立場から、広告の基礎的な知識を習得することを目的とする。テレビCM、ウェブ広告、列車の中吊り広告、チラシ広告など、広告は現代社会においてきわめてありふれたものとなっており、またそれだけ大きな影響力があるものとなっている。たとえばオリンピックなどのスポーツイベントのスポンサーシップは、企業の広告活動と切り離して考えることはできない。また広告への関心がなくても誰しも日々広告に接し、それに影響されたり反応したりしている。本授業では広告にかかわる活動、戦略、組織、実行について理論と実践の両面からアプローチし、受講者が広告やそれに関連するビジネスへの理解を深め、またそれらへの関心を養うことを狙いとする。

**到達目標**

マーケティングにおける広告の位置づけとその諸活動について理解する。
広告に関わる基礎的な概念と理論を習得し、現実世界における広告活動のもつ意味をくみ取る能力を身につける。
広告の企業活動としての意味と社会的な意義の双方を論じることができるようになる。

**授業内容**

1週目 ガイダンス（授業の内容、進め方）、広告の概念・定義・類型
2週目 マーケティングと広告(1)
3週目 マーケティングと広告(2)ー統合的マーケティング・コミュニケーション
4週目 広告計画の策定
5週目 広告の戦略
6週目 広告の予算と管理
7週目 広告の組織
8週目 ケースの検討、中間試験
9週目 広告の表現・制作
10週目 ブランドと広告
11週目 広告の媒体
12週目 インターネット広告の展開
13週目 広告効果
14週目 広告の規制
15週目 文化と広告、期末試験
16週目 全体の総括と展望、期末試験講評

**準備学習(予習・復習)等の内容**

授業で使用する教材・資料等を事前に告知するので、それに基づいて予習をすること。
毎回の授業では前半にその日の授業内容を講義し、後半は受講者による課題の取り組みとディスカッションを行う。
その日の最後に授業内容に関わる課題を提示するので、それに基づいて復習をすること。

**成績評価の方法・基準**

中間試験および期末試験の成績、課題への取り組み、授業でのディスカッションへの参加の程度に基づき、総合的に評価する。

**履修上の留意点**

広告の理解を深めるにはマーケティングの基礎的な知識を持つことが望ましい。このためマーケティング関連科目を併せて受講することを勧める。
日常的に接する広告に関心を示す姿勢をとることが本授業の理解を促すことになる。
授業での課題やディスカッションに積極的に取り組むことが求められる。

**課題に対するフィードバックの方法**

授業において回収した課題は早期に講評・コメントを付して返却・返信する。

**テキスト**

指定しない。

**参考書**

岸志津江、田中洋、嶋村和恵（2017）『現代広告論（第3版）』（有斐閣）￥2,640

**更新日付**

2020/02/26 02:54