北海商科大学　講義概要（シラバス）

2022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。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できるようになる。
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が身につく。
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）、広告の世界と意味（1）広告の概念・定義・類型
2週目 広告の世界と意味（2）マーケティングと広告
3週目 広告の世界と意味（3）統合的マーケティング・コミュニケーション
4週目 広告の計画（1）広告計画の策定
5週目 広告の計画（2）広告の戦略
6週目 広告の計画（3）広告の予算と管理
7週目 広告の計画（4）広告の組織
8週目 広告の計画（5）広告事例の検討
9週目 広告の実践（1）広告の表現・制作
10週目 広告の実践（2）ブランドと広告
11週目 広告の実践（3）広告の媒体
12週目 広告の実践（4）インターネット広告の展開
13週目 広告の実践（5）広告効果の概念と測定
14週目 広告の広がり（1）広告の規制
15週目 広告の広がり（2）文化・社会と広告
16週目 全体の総括と展望、期末レポート試験の講評

準備学修（予習・復習）の具体的な内容及びそれに必要な時間

教科書の該当部分を事前に告知し、それに関する課題を毎回出すので、それに基づいて予習をし、課題に回答すること（180分程度）。
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（60分程度）。

成績評価の方法・基準

期末試験はレポートの作成提出とする。平常課題、期末レポート試験、ならびに授業への関与度に基づき、総合的に評価する。

履修上の留意点

授業内容の告知・教材・課題レポートなどはCoursePowerを使って行う。
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、CoursePowerを使って講評・コメントを付して返却・返信する。場合によっては再提出を求める。

テキスト

波田浩之『新版 広告の基本』（日本実業出版社）1,650円

参考書

岸志津江、田中洋、嶋村和恵『現代広告論（第3版）』（有斐閣） 2,640円

更新日付

2022/02/01 03:14