北海商科大学　講義概要（シラバス）

2026年度

科目名	広告論	科目コード	1416	単位数	2
担当者名	張　美慶	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	到達目標	E	実務経験	無
ナンバリング	GSt608	※DP（ディプロマポリシー）と到達目標の関連性については、カリキュラムマップ参照			

授業のねらい

本講義は、現代社会の急変するメディア環境において、広告が企業価値の伝達とブランド競争力確保の中核であることを認識することから始まる。特に、広告理論とメディア戦略が実際の経営現場において、いかに資源効率の最大化という戦略的成果に繋がるのかを探求し、多様な実務事例の分析を並行することで、理論と現場を有機的に結びつける実践的な能力の育成を目的とする。

到達目標

ー①現代広告の概念と役割を理解し、広告企画の全過程（調査・戦略・予算・効果）を体系的に説明できる能力を身につける。
②表現戦略および媒体戦略を立案する実践的能力を養う。
③インターネット広告の誕生から現在に至るまでの歴史的変遷を理解し、広告手法の変化とその背景を説明できるようになる。
④ブランド・コミュニケーションや広告効果測定を適切に実施できる力を培う。
⑤広告に関わる法規・倫理を踏まえ、グループ活動を通して実務能力を身につける。

授業内容

1週目 ガイダンス 授業の流れの確認と受講者の簡単な紹介
2週目 広告とマーケティングの相互作用
3週目 広告組織とマーケティングコミュニケーションの仕組み
4週目 広告構造におけるプロセスと調査
5週目 広告活動の方向性
6週目 合理的な広告予算の決定
7週目 消費者行動と広告コミュニケーションの効果
8週目 広告表現（制作プロセス・アイデア開発）
9週目 広告媒体
10週目 オンライン・コミュニケーション(インターネット)
11週目 広告とブランド・コミュニケーション
12週目 広告の測定・広告と倫理
13週目 ターゲットと広告調査(グループ活動)、グループワークで報告書を作成する
14週目 ターゲットと広告調査(グループ活動) 、グループワークで報告書を作成する、提出
15週目 演習：グループワークで発表
16週目 授業の振り返りとグループワークで発表へのフィードバック

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

ー（予習）
授業に先立ち、LMS上で公開する教材に目を通し、前回の授業内容や課題を整理しておくこと。次回のディスカッションやグループワークが円滑に行えるよう、必要な準備を行うこと。（約90分）
（復習）
授業後は、講義内容を振り返り、関連する課題に取り組むこと。理解を深めるために、重要ポイントを整理すること。（約90分）

成績評価の方法・基準

ー授業参加度(出席および授業態度)、グループワークで作成する報告書、そしてグループワークでの発表を総合的に評価します。

履修上の留意点

ー本授業の履修上の留意点をよく確認し、各自責任を持って学習を進めてください。
履修上の留意点として、出席、課題提出、グループワークへの積極的な参加が求められます。
ご不明な点がありましたら、担当教員のメールまでお問い合わせください。

課題に対するフィードバックの方法

ー課題に対するフィードバックは、授業中およびメールを通じて適切に対応します。

テキスト

ー岸 志津江・田中 洋・嶋村 和恵・丸岡 吉人 (2024)『 現代広告論〔第4版〕』（有斐閣アルマ）2970円

参考書

ー杉山 恒太郎(2022)『世界を変えたブランド広告』（日経BP) 1980円

更新日付

2026/03/02 12:06