

科目	広告論	担当	堀川 宣和	履修学年	3年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	選択	単位数	2単位

**【授業目標・到達目標】**

普段、我々は様々な場所で広告に遭遇する。企業は自分たちの商品やサービスを消費者に売るためにあらゆる手段を使い、我々の目に付くように仕掛ける。そこには企業の様々な思惑があり、我々は大なり小なり、良くも悪くも 広告の影響を受けて商品やサービスを購入する。広告論を学習し、広告の本質を知る事ができると、今まで接してきた広告に隠された企業の気持ちがわかるようになる。それはあたかも企業が実施する広告と言うマジックに隠された「タネ」を知ったようなものだ。これは広告に関する職業に就くだけでなく、これからの生活の中で広告に接するときにも非常に役に立つものである。本講義では、広告論の基礎だけでなく、実際に企業が出した広告例を参考に、何を伝えたかったのか、そしてそれがどう消費者に伝わったのか理解できるようにするものである。特に最も重要なインターネットの広告について特に詳しく説明する。そして、近年問題視されているメディアリテラシーについても説明したい。

**【履修注意】**

外部講師招聘時は、休まない事。

**【評価方法】**

(1)出席及び講義ごとのミニレポート:50% 採点基準(4 点満点/週)

4点:講義の要点と感想がしっかりと書けている。

3点:講義の要点と感想がある程度書かれている

2点:講義の要点と感想があまり書けていない。(2~3行)

1点:白紙など、聴講の姿勢が見られない。出席点としての1点

0点:無提出、欠席

(2)外部講師招聘レポート:20% (3)期末テスト:30%

**【試験について】**

中間まとめはナシ、期末試験は筆記試験を実施、持込不可。

欠席5回で不合格、基本的に再試験はナシとする。

**【予習・復習】**

学修時間は1単位45分が文部科学省指針です。1単位科目は90分の講義に対して45分、2単位科目は90分の講義に対して90分の自宅学習(予習、復習)が必要です。

**【教科書】**

購入教科書なし

**【参考書】**

なし

**【その他の注意事項】**

**【授業計画・内容】**

回数	項目	内容
1	オリエンテーション	本講義の狙い
2	広告とは	広告の役割と概念
3	現代の広告の動向	現代の広告業界の課題
4	広告ビジネス	広告会社について
5	企業における広告マネジメント	広告マネジメントプロセス
6	企業における広告マネジメント	広告戦略の計画の立案
7	広告の様々なチャンネル1	マスコミ四媒体1
8	広告の様々なチャンネル2	マスコミ四媒体2、その他の広告について
9	外部講師招聘	広告業界の著名な企業から招聘
10	まとめ1	ここまでのまとめ
11	インターネット広告1	現在に至るまでのネット広告の推移
12	インターネット広告2	SNS の活用、その他最前線のネット広告
13	メディアリテラシーについて	メディアの持つ恐ろしい力について
14	外部講師招聘	メディアリテラシーに関して、ニュースキャスターやマスコミ関係者で情報の最前線にいる方からのメディアの接触について
15	まとめ2	全講義の復習
16	期末試験	15コマの復習・確認・総まとめ