愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	後期
授業科目名(Course name)	総合演習Ⅱ		
担当者(Instructors)	安藤 真澄	配当年次(Dividend year)	2
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	必修

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

【広告の力で社会的課題を解決する②】 前期の続き。この演習では国連が提唱するSDGsで取り上げられているような様々な社会的課題（二酸化炭素排出量削減、格差是正等）を広告で解決する手法を探求する。広告には商品を売るだけでなく、人々の意識や行動を変える力がある。その過程で人々に新たな気付きを与え、新たな行動へと動機づけることで社会を動かし、世界を変えることが起こる。それは頻繁に起こる訳ではないが、そのような広告は人が自分の想いをいかに他者に伝え、その結果、他者が行動を変えることで世界も変わり得ることを示している。 そこで、前期に続き、社会的課題を解決したと評価されている世界の広告の事例（世界的に有名な広告祭であるカンヌ国際クリエイティヴィティ・フェスティバルの受賞作等）を取り上げ、そこでの課題解決の工夫を学ぶ。 課題レポートを作成する。そこでは各自が具体的な広告キャンペーンを選び、そこで設定されている社会的課題とその解決策、及びその結果の評価について考察し、発表する。次に、解決したい社会的な課題を設定し、自分たちならどういう広告を作るかをチームで考え、広告表現案を発表する。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	演習
授業の方法(Class method)	できるだけ新しいトピックスを取り上げ、解説しながら、意見を求めるので、積極的な発言を期待します。また、適宜ネットを使用して貰うので、スマホやPC、タブレットを授業に持って来てください。 事例研究を個人で進めるのに必要な知識を講義で学び、それを元にレポートを書き、発表します。その次にグループワークとして、社会的課題解決事項を決め、そのための広告表現案を作発表します。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	イントロダクション	前期のポイントの確認	□
第2回	社会的課題解決と広告の役割	カンヌ国際クリエイティビティフェスティバル等の受賞作品で、どのような課題をどうやって解決しているのかを学ぶ	□
第3回	社会的課題解決と広告の役割	カンヌ国際クリエイティビティフェスティバル等の受賞作品で、どのような課題をどうやって解決しているのかを学ぶ	□
第4回	社会的課題解決と広告の役割	カンヌ国際クリエイティビティフェスティバル等の受賞作品で、どのような課題をどうやって解決しているのかを学ぶ	□
第5回	「私が選んだ社会的課題解決をした広告」の発表準備	その広告で解決したかった課題はなにか その広告のユニークさはどこにあるのか 広告で本当に課題が解決できたのか 解決できたと言える数値指標はあるのか	□
第6回	「私が選んだ社会的課題解決をした広告」の発表準備	その広告で解決したかった課題はなにか その広告のユニークさはどこにあるのか 広告で本当に課題が解決できたのか 解決できたと言える数値指標はあるのか	□
第7回	発表	発表と講評	□
第8回	発表	発表と講評	□
第9回	グループワーク 広告表現案を作ってみよう	グループ単位で解決したい社会的課題を設定し、その広告のコンセプト、キャッチ、グラフィック表現案等を制作する	□
第10回	グループワーク 広告表現案を作ってみよう	グループ単位で解決したい社会的課題を設定し、その広告のコンセプト、キャッチ、グラフィック表現案等を制作する	□
第11回	グループワーク 広告表現案を作ってみよう	グループ単位で解決したい社会的課題を設定し、その広告のコンセプト、キャッチ、グラフィック表現案等を制作する	□
第12回	グループワーク 広告表現案を作ってみよう	質疑応答、企画制作中に生じる質問について共有しながら、一緒に考える	□
第13回	グループワーク 広告表現案を作ってみよう	質疑応答、企画制作中に生じる質問について共有しながら、一緒に考える	□

第14回	グループワーク 表現案発表	発表と講評	□
第15回	まとめ	全体の振り返り	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

二酸化炭素排出量削減や格差是正等について言及している最近の広告事例について、なぜその企業はそのような広告を行うのか、評判はどうか、そして、実際のビジネスでは企業は課題解決のためにどんなことやっているのかについて日頃から関心を持つ。関心を持った企業のホームページも見る。テキストの該当箇所を事前に読んで、わからないところは文献やネットで調べる（2時間程度）。授業で出て来た事例やキーワードを確認する(2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

自分で選んだ広告に関するレポートを作成し、発表する。それについて講評する。次に、選んだ課題を解決するための広告案をグループで発表する。それについて講評する。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
知識・技能	◇ 2019全学共通DP1	学びの基礎となる社会、文化、自然等に関連する幅広い知識を習得しながら専門知識を育み、それを活用することができる。具体的にはSDGsの目標について理解している。社会的課題解決を目指す広告事例を知っている。
思考力・判断力・表現力	◇ 2019全学共通DP2	基礎学力を踏まえた専門知識と自らの経験を基に、創造的に考えたうえで、課題について適格に判断し、自在に表現、発信することができる。具体的には企業が行う社会的課題解決の事例を探し出し、それについて評価し、説明できる。自分たちでそのような広告表現の制作にトライできる。
主体性	◆ 2019全学共通DP3	多様な人びとの中で自己を理解し、主体的に他者と協働して問題を解決することができる。具体的には自分で文献やネットを通じて調べ、課題について考えるだけでなく、他者の考えも傾聴し、チームの一員としてアウトプットに貢献できる。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験（in-class exam)	その他(Other)
			90%	10%

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

自分で設定した課題に対するレポートの作成（個人評価）。グループによる社会的課題解決のための広告案の作成と発表（グループ評価）。それらをもって総合的な評価を行います。また、授業時間中に告知するパスワードにより、TOPOSへの出席登録を行うことで出席とします。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	杉山恒太郎『世界を変えたブランド広告』日本経済新聞出版、2022年	978-4-296-11603-4
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	安藤真澄『広告の本質とは何か　「広告社会学」の試み』ミネルヴァ書房、2021年	978-4-623-09071-6
2	梅田悟司『「言葉にできる」は武器になる』日経BPマーケティング、2016年	978-4532320751
3		
4		
5		