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)	コミュニケーション論		
担当者(Instructors)	上條 憲二	配当年次(Dividend year)	1
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

広告会社で28年、ブランドコンサルタント会社で10年、コミュニケーション・マスメディア・マーケティング企画を立案し実施してきた。その経験に基づき、授業を行う。企業・団体・組織のマーケティング戦略上重要な要素であるプロモーション戦略。中でも各情報メディアを駆使しての広告コミュニケーションは対象者の購買・利用意思決定上大きな役割を果たしている。授業では最新の広告コミュニケーションの現状をリアリティをもって知り、体験することにより、広告の背景にある企業戦略への洞察力を高め、考える力を養うことを狙う。 まずマーケティング戦略とその一部であるプロモーション戦略および広告戦略の概略を学ぶ。次に、主要広告チャネルであるマスメディア、SPメディア、デジタルメディアの現状とその課題を学ぶ。授業に当たっては、考える力を養うために、最初にテーマに関するいくつかの質問を用意し、事前知識無しで回答。それに対して解説する形で授業を進める。また、授業の中で各自、実際に広告作品を制作する。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	講義形式 リアルな情報に基づき、理論的・実践的な授業を行う。 (メディア・オンデマンド型授業)

■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	ブリーフィング。これから何を学ぶか、何を考えるか。授業のルール。	授業の内容について概要を説明。	□
第2回	マーケティングとは何か。広告はどこに位置づけられるか。	企業におけるマーケティング活動の概要と広告コミュニケーション活動の位置づけについて。	□
第3回	ブランド戦略と広告戦略。	ブランド戦略と広告戦略の関係は。同じような印象だが明確に違いがある。	□
第4回	日本における広告。時代と広告の関係。	日本における広告の歴史。時代性の象徴としての広告文化。	□
第5回	日本の広告業界の現状とその問題点。広告づくりの仕組み。	日本の広告業界を取り巻く環境とその問題点を明らかにする。	□
第6回	コミュニケーションチャネルとは何か。マスメディアの位置づけを考える。	マスメディアと広告コミュニケーションについて。マスメディアの役割と特性。	□
第7回	テレビメディアとは何か。テレビ広告と視聴率の関係。	広告媒体としてのテレビ広告の現状。視聴率と購買行動の関係について。	□
第8回	新聞メディアとは何か。新聞広告の効果と意味。	新聞と広告の関係。新聞広告の広告効果。新聞広告の趨勢。	□
第9回	雑誌・ラジオメディアとは何か。雑誌、ラジオの効果と意味。	雑誌広告、ラジオ広告の趨勢と問題点について。	□
第10回	広告ができるまで。広告の作り方。	広告作品はどのように考えられ、どのように作られるか。事例をもとに考える。	□
第11回	セールスプロモーション戦略とは何か。	セールスプロモーション活動の現状。多様化するセールスプロモーション活動について。	□
第12回	デジタルメディアの趨勢。マスメディアとの関係性。	デジタルメディアの現状とマスメディアとの関係。消費者購買行動におけるデジタルメディアの役割。	□
第13回	広告効果とメディアバイイング。	メディアバイイングの現状。広告効果と各メディアの関係性について。	□
第14回	外資系広告会社と日本の広告会社の比較。	企業のグローバル化と外資系広告会社の台頭。日本の広告会社との違いについて。	□
第15回	まとめ。	講義の総括。	□

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

・講義の後、2時間学習内容を確認する。 ・下記の2点を毎週2時間まとめる。 -気になったテレビ広告、新聞広告、雑誌広告を集めその内容、広告の狙いを確認する。 -商品、企業などの広告活動がどのように推移しているかをまとめる。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

課題について、Teamsを通じてフィードバックする。

■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	◆ 2021地域ビジネスDP1	企業経営にとって重要課題であるマーケティング戦略についての知識、さらにプロモーション戦略(コミュニケーション戦略)についても知識を身に付けている。

■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)
			60%	40%

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

その他:授業内でレポート課題を出題します。2500文字以上。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	超実践!ブランドマネジメント入門	978-4-7993-2826-2
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	授業の中で紹介します。	
2		
3		
4		
5		