



第 1 回	テーマ：ガイダンス 授業内容を解説する。
第 2 回	テーマ：広告とは何か 現代社会における広告の役割・課題を理解する。
第 3 回	テーマ：広告の定義と機能 この授業での広告の定義と機能的役割を理解する。
第 4 回	テーマ：マーケティングと広告 企業のマーケティング活動の中の広告の位置づけと役割を理解する。
第 5 回	テーマ：ブランドと広告 企業がブランドを構築する際の広告の役割と 広告活動を理解する。 (外部講師による講義)
第 6 回	テーマ：マーケティングコミュニケーション 広告のコミュニケーションにおける役割を事例を用いて理解する。 (外部講師による講義)
第 7 回	テーマ：広告プロセスとマネジメント 広告発注から制作の流れを理解する。
第 8 回	テーマ：広告主と広告プランニング 広告を発注する企業の考え方とプランニングについて事例を用いて理解する。
第 9 回	テーマ：広告表現企画と広告制作の実務を学ぶ。 (外部講師による理論編)
第 10 回	テーマ：広告表現企画と 広告制作の実務を学ぶ。(外部講師による制作編)
第 11 回	テーマ：広告表現企画と広告制作の実務を実習する。 (外部講師によるプレゼンテーション編)
第 12 回	テーマ：広告メディア 1 マスメディア（新聞、テレビ、ラジオ、雑誌）の理解とメディアプランニングについて理解する。
第 13 回	テーマ：広告メディア 2 インターネット、SNS メディアの理解と国内外の最新広告事情について理解する。
第 14 回	テーマ：授業のまとめ
第 15 回	テーマ：授業のまとめ 2 試験
テキスト	指定しない：プリント配布
参考図書・ 教材／データ ベース・ 雑誌等の紹介	都度紹介する。
課題に対するフィード バックの方法	第 1 回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。
学生へのメッセージ・ コメント	マーケティング入門、消費者行動論を履修していることが望ましい。 マスコミ 4 媒体（新聞、ラジオ、テレビ、雑誌）およびインターネット・SNS 広告、屋外広告など、

身の回りの様々な形態の広告に注目してみる。

本科目は、実務家教員科目であり、またゲスト講師が参加する授業構成となる「選択科目」であるため、  
企業、地域のブランド戦略について「真剣」に学ぶ意欲と姿勢がある学生のための履修を強く要請する。

