

科目名 (Eng)		広告メディア論 (Advertisement and Media Vehicle)								
担当教員		内山 昭代								
対象学年等		学科・専攻・学年		授業期間・区分・単位数・時間数			分野	形態	学修単位科目	
		ビジネスコミュニケーション学専攻	1	後期	選択	2	(30)	専門	C	○
目標基準との対応	福島高専の教育目標との対応：(E-3).									
	修了時に身に付けるべき学力や資質・能力との対応：5)									
		JABEE基準1(1)との対応：(e)								
授業の概要と方針		不況下の企業努力は、商品企画から多くの工程を経た商品に加え、企業に寄せられる生活者からの信頼を得る事にある。授業では、ブランドマークに代表される企業姿勢を把握し、マークの分析、制作、ターゲット設定、メディア選択、効果的な視覚表現、広告計画の技術を学習する。								
到達目標		①企業理念をふまえたブランドマークの構成要素を理解する。 ②企業広告、商品広告の在り方とその違いが認識できる。 ③様々な媒体を考慮した広告計画・ブランディングマーク計画を提案できる。								
授業計画										
	週	授業項目			理解すべき内容				事前学習	
後期	16	広告の定義			広告の定義, 広告ビジネス・フィールドの外的変遷					
	17	広告の機能と種類			広告の機能に伴う長所, 短所, 社会的意義,					
	18	マーケティングミックス			広告の視点, さまざまな広告・販売促進・PR活動					
	19	広告計画と媒体計画			広告計画の概要, 媒体戦略: 各媒体の特徴					
	20	企業と広告			ブランディングデザインの実例					
	21	ブランドマーク収集			各媒体からのブランドマーク収集				ブランドマーク収集	
	22	ブランドマーク収集と分析			各媒体からのブランドマーク収集, 分析				ブランドマーク分類	
	23	ブランドマーク分析と評価			収集したマーク分析と評価, レポート制作					
	24	企業広告			企業リサーチ: 企業理念, CI計画, 商品計画, 広告計画					
	25	企業広告			企業リサーチ: 企業理念, CI計画, 広告計画					
	26	企業広告			企業理念, CI計画, ブランドマーク制作					
	27	企業広告			企業理念, CI計画, ブランドマーク制作					
	28	企業広告プレゼンテーション			広告計画, 媒体計画, 企業広告スライド作成					
	29	企業広告プレゼンテーション			ブランドマーク計画, 媒体計画, 企業広告提案					
30	企業広告プレゼンテーション			ブランドマーク計画, 媒体計画, 企業広告提案						
試験について		課題制作を重視。試験は実施しない。								
評価方法		課題提出70%, レポート提出30%で評価する。								
教科書		広告ビジネスの基礎講座, 新屋哲博, 宣伝会議編, 宣伝会議.								
参考書		BRANDING DESIGN, グラフィック社. ブランディングデザインの裏側 ピエ・ブックス								
関連科目										
履修上の注意		<ul style="list-style-type: none"> ・自学自習の確認方法ー課題プリントを学生に配布し、それを定期的に提出させる。 ・後期中間に課題内容に沿った調査レポートを提出させる。 ・後期期末にプレゼンテーションを実施する。 								