

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	必修	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要因				テキスト素読		
	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,関連法規				ビジネスフィールド		
	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				広告の種類		
	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				6Pと6Cの概念		
	20	企業と広告	ブランディングデザインの実例				広告媒体		
	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				広告の重要概念		
	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				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				マーク分析		
	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				企業リサーチ		
	25	企業広告	企業リサーチ:企業理念,CI計画,広告計画				企業リサーチ		
	26	企業広告	企業理念,CI計画,ブランドマーク制作				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				マーク展開		
	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				マーク展開		
	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				プレゼン計画		
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				プレゼン計画			
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。 デザインの構成要素によるシンボルマーク分析と分類,内山昭代,福島高専研究紀要42号							
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		前期:ステップ毎に課題学習を進めるので、課題に添って必要な材料、資料を自ら準備することに留意。色彩の原理は理解できるまで復習することに留意。後期:デザイン図学の平面作図法、投影法、透視図法の作図法必ず復習、製図は丁寧に描くことに留意。自学自習の確認方法: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。							