

科目コード/科目名 (Course Code / Course Title)	BT127/マーケティング・コミュニケーション (Marketing Communications)		
テーマ/サブタイトル等 (Theme / Subtitle)	広告、PR、プロモーション、SNS～統合マーケティング・コミュニケーション		
担当者名 (Instructor)	井上 一郎(INOUE ICHIROU)		
学期 (Semester)	秋学期(Fall Semester)	単位 (Credit)	2単位(2 Credits)
科目ナンバリング (Course Number)	BUS3400	言語 (Language)	日本語 (Japanese)
備考 (Notes)			

授業の目標 (Course Objectives)

広告、PR、プロモーションからデジタルプロモーションまでマーケティング・コミュニケーションの基礎知識から、統合マーケティング・コミュニケーションの概念まで包括的に理解することを目標とする。

The aim of this course is for students to comprehensively learn and understand general concepts in marketing communications through the basics of marketing communications, including advertisements etc.

授業の内容 (Course Contents)

本講義では、広告、PR からプロモーションまでマーケティング・コミュニケーションの個別理論とプランニングの実際までを学ぶ。講義は、パワーポイントと事例の映像などを使って行う。講義をよりアクティブにするために積極的な質問を行うことが求められる。適時専門分野のゲスト講師を招聘する。

In this course, students will study individual theories and the actual planning of marketing communications such as advertisements, PR, and promotions. Lectures will be conducted using PowerPoint and videos of cases. Students are expected to proactively engage in questions to make lectures more active. Specialist guest speakers will be invited when appropriate.

授業計画 (Course Schedule)

1. マーケティング・コミュニケーション (以下 MC) の導入
2. マーケティング戦略の基本と MC の位置づけ 1
3. マーケティング戦略の基本と MC の位置づけ 2
4. 広告など MC の種類と定義 1:パブリックリレーションズ
5. 広告など MC の種類と定義 2: 広告
6. 広告など MC の種類と定義 3:セールス・プロモーション
7. 企業事例研究 1(自動車メーカーにおける広告・コミュニケーションの位置づけ)【ゲスト講師の予定】
8. 企業事例研究 2(自動車メーカーにおける広告・コミュニケーションの実際)【ゲスト講師の予定】
9. 企業事例研究 3(日本企業における国際マーケティング事例)
10. 広告/コミュニケーション産業
11. 消費者インサイトをいかに捉えるか
12. コミュニケーション・デザイン 1:いかにして有効なメディア, 顧客接点を選択するか
13. コミュニケーション・デザイン 2:どのように伝えるか(プランニングフレーム)
14. 講義のまとめ

授業時間外(予習・復習等)の学習 (Study Required Outside of Class)

講義中で質問ができるように授業時間以外にも積極的にマーケティングコミュニケーション事例を観察することが求められる。

成績評価方法・基準 (Evaluation)

筆記試験(Written Exam)(60%)/各回のリアクションペーパー(20%)/授業内で提示した課題レポート(20%)
2/3 以上出席していない場合は、単位取得不可。

テキスト (Textbooks)

1. 石崎徹編著、2019、『わかりやすいマーケティング・コミュニケーションと広告(第2版)』、八千代出版 (ISBN:4842917385)
- ※上記テキストは主としてコミュニケーションデザインのパートに該当。
※講義は、全体を通して井上が作成したパワーポイントテキストで進行します。

参考文献 (Readings)

1. 恩藏直人ほか、2011、『R3 コミュニケーション』、宣伝会議 (ISBN:9784883352524)

その他(HP等) (Others(e.g.HP))

講義は、全体を通して井上が作成したパワーポイントテキストで進めつつ、適時、広告事例など視覚教材を用いる。
資料の配布、課題の提出、リアクションペーパーの回収などに Blackboard、Google フォームを使用する。

注意事項 (Notice)