

授業科目名	マーケティング・コミュニケーション		
担当者名	峯尾 圭		* 全12回授業を担当
開講年度学期	2019年度 後期	開講キャンパス	目白キャンパス
単位数	2	開講期・授業区分	週間授業
授業の概要	本講義では、マーケティング・コミュニケーションの主な要素(広告、販売促進、人的販売、パブリシティ)を中心に、それぞれの戦略について基礎を学び、企業がどのように実践しているかについて応用を学びます。理論だけではなく、具体的な事例を取り上げて講義を進めます。		
授業の到達目標及びテーマ	(1)マーケティング・コミュニケーションに関する理論や専門用語の意味を正しく理解し、それらを用いた議論ができるようになる。 (2)実務で展開されているマーケティング・コミュニケーション戦略の巧拙を見る目を養う。		
	回数	授業内容	授業形式
授業計画	1.	マーケティングとマーケティング・コミュニケーション 授業で扱う内容について、基本的な流れを説明します。	
	2.	広告(1)広告の定義 MC の要素である広告を定義から説明します。	
	3.	広告(2)広告の分類 MC の要素である広告の分類について説明します	
	4.	広告(3)広告媒体の特性 MC の要素である広告の媒体ごとに特性について説明します。	
	5.	コミュニケーションメディア MC で用いられるメディアの考え方について説明します。	
	6.	販売促進(SP)(1)消費者プロモーション 消費者を対象とした販売促進の分類や事例について学びます。	
	7.	販売促進(SP)(2)トレードプロモーション 流通業者を対象とした販売促進の分類や事例について学びます。	
	8.	PR/パブリシティ(1) PRとは何かについて概要を説明します。	
	9.	PR/パブリシティ(2) マーケティング PRについて事例を交えて説明します。	
	10.	クチコミ クチコミを利用したマーケティングについて、定義や分類を学びます。	
	11.	インスタ・マーチャндаイジング 店舗内のコミュニケーションについて説明します。	
	12.	まとめと理解度の確認	
成績評価の方法	授業への参加度/レポート課題		
使用テキスト	教科書は使用しません。授業ごとにレジュメを配布します。		
参考書(参考資料等)	石崎徹編著(2016)『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』八千代出版 その他、参考文献は授業内で適宜紹介する予定である。		
その他 (受講生への要望など)	講義期間中は、学習した理論が当てはまりそうな事例について、普段から考えるようにしてください。		