

開講年度	開講学期	開講学部等		
2009	後学期	共通教育		
時間割番号	科目名[英文名]			単位数
20333	現代社会の諸問題 Contemporary Social Issues			2
担当教員[ローマ字表記]				
加藤 卓哉, 西原 充, 高島 規政, 矢野 昭文 Takuya Katoh, Mitsuru Nishihara, Norimasa Takashima, Akifumi Yano				
授業科目区分	教養科目	対象学生	主題科目火4科目帯(総政一、理学部一、医学科一、看護学科一、SSC一)	対象年次
				1~9

#### 授業題目

進化するコミュニケーション(電通西日本提供講義)

#### 授業のキーワード

コミュニケーション、広告、マーケティング・コミュニケーション、プランニング、プレゼンテーション

#### 授業の目的

広告を中心とするマーケティング・コミュニケーションの事例を通して、社会の様々な領域で期待され使命を果たすコミュニケーションの価値を理解し、課題把握から解決策の提案までプランニングおよびプレゼンテーションの具体的な流れの実際に触れ、コミュニケーション能力の涵養を図る。

#### 授業の到達目標

コミュニケーションが持つ力の大きさを理解し、現代社会におけるコミュニケーションの働きについて考察する。

#### 授業概要

本講義は、広告業界の第一線で活躍する株式会社電通西日本の実務家・研究者がコーディネーターにあたり、各回のテーマごとにスピーカーを起用して行われる電通西日本提供講義である。マーケティング・コミュニケーションの基本的な知識の理解を基礎に、地域におけるコミュニケーション事例の企画・提案・実施の過程を解題し、広告を中心とする最新のコミュニケーションの世界を概観する。

#### 授業スケジュール

10/6 第1回 オリエンテーション  
電通グループおよび地域電通 / マーケティングと広告(マーケティング・コミュニケーション)

第2回～第8回 [マーケティング・コミュニケーションの知識]  
広告領域を中心にマーケティング・コミュニケーションの基礎的な知識を学び、実務事例をよりよく理解する基礎をつくる。

10/13 第2回 広告会社の仕事と部門の役割

10/20 第3回 メディア-1 マスメディア 印刷媒体

10/27 第4回 メディア-2 マスメディア 電波媒体

11/10 第5回 メディア-3 プロモーションおよびインタラクティブ領域

11/17 第6回 コンシューマ・インサイト  
広告の変遷と社会生活の潮流 / 消費者起点のマーケティング

11/24 第7回 クリエーティブ

12/1 第8回 IMC(統合マーケティング・コミュニケーション) / クロスメディア・コミュニケーション

第9回～第13回 [コミュニケーションの実際]  
実際のプランニング事例やプレゼンテーション事例を解題し、課題把握や解決策の導き方、コミュニケーション戦略等の理解を目指す。

12/8 第9回 プランニングからプレゼンテーション / 課題の発見から解決策の提案まで。

12/15 第10回 地域におけるコミュニケーション-1  
地域との絆を強めるコミュニケーション

12/22 第11回 地域におけるコミュニケーション-2  
地域から翔るコミュニケーション

1/19 第12回 地域におけるコミュニケーション-3  
地域への愛着を育むコミュニケーション

1/26 第13回 地域におけるコミュニケーション-4  
地域と共に生きるコミュニケーション

2/2 第14回 現代のコミュニケーション課題をめぐって

2/9 第15回 総括

(補講日2/16)

■■ 授業時間外学習にかかわる情報

上記参照。

■■ 成績評価方法

課題(内容および提出については授業で指示する) 55%  
平常点 45%

■■ 受講条件

■■ 受講のルール

授業ごとにアンケートに回答する。

■■ 教科書(購入の必要のある図書)

教科書1	書名	-		ISBN	
	著者名		出版社	出版年	

■■ 参考書(購入する必要はないが、推奨する図書)

参考書1	書名	『新しい広告』		ISBN	4 88553 183 7 C2034
	著者名	嶋村和恵監修	出版社	株式会社電通	出版年 2006

■■ 教科書・参考書に関する補足情報

講義の中で適時参考文献を紹介する。

■■ オフィスアワー

-

■■ 連絡先

-

■■ 参照ホームページ

■■ その他