

Course Title 科目名	[Special Topic] Marketing Communication 特殊講義: マーケティング・コミュニケーション論				Instructor 担当者	MITSUI, Yuichi 三井 雄一	
Semester 学期	FALL	Lanugage of Instruction 使用言語	JAP 日	Credits 単位	2	hrs/wks 時間数/週	2
【Course Objectives: 授業の到達目標】							
<p><到達目標> マーケティング・コミュニケーションの基礎的な理論について理解し、実際の企業活動を分析・考察することができる。</p> <p><テーマ> マーケティング・コミュニケーションに関する概念や一連の活動を理解し、実社会においてマーケターとしての視点・思考力を養う。</p>							
【Course Summary: 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に関する諸理論について学習し、市場へのアプローチや戦略立案の視点・思考を体系的に養っていく。そのうえで、実社会において企業がどのような戦略をとっているのか、事例をもとに分析・考察を行う。							
【Study Required outside Class (Preparation etc): 事前・事後学習】							
<p>事前学習: 身のまわりのマーケティング活動に日頃から関心を持ち、興味を持ったものをメモすること。</p> <p>事後学習: 次の講義までに、教科書・指定図書等の該当箇所をふりかえり、自身の講義ノートを補完すること。</p>							
【Class Outline: 授業計画(各回の授業内容)】							
Session 1	ガイダンス(マーケティング・コミュニケーションとは)						
Session 2	コミュニケーションの基礎概念						
Session 3	マーケティング・コミュニケーションの概要						
Session 4	消費者購買行動におけるコミュニケーション						
Session 5	広告戦略とコミュニケーション①(広告戦略とは)						
Session 6	広告戦略とコミュニケーション②(広告媒体戦略)						
Session 7	広告戦略とコミュニケーション③(広告表現戦略)						
Session 8	広告戦略とコミュニケーション④(広告効果測定)						
Session 9	広報戦略とコミュニケーション①(広報戦略とは)						
Session 10	広報戦略とコミュニケーション②(消費者行動と広報とは)						
Session 11	販売促進とコミュニケーション						
Session 12	ブランド・コミュニケーション						
Session 13	eマーケティング						
Session 14	統合的マーケティング・コミュニケーション 戦略						
Session 15	新たなマーケティング・コミュニケーションの台頭と総括						
【Required Textbooks and Course Materials: 教科書】							
なし							
【Recommended Textbooks and Course Materials: : 参考図書】							
<p>三宅隆之『現代マーケティング・コミュニケーション入門』慶應義塾大学出版会、2004年。</p> <p>亀井昭宏・ルディー和子『新マーケティング・コミュニケーション戦略』日経広告研究所、2009年。</p> <p>清水公一『マーケティング・コミュニケーション』五紘舎。</p>							
【Grading Criteria: 成績評価の方法】							
試験期間中に実施するテスト(100点満点)。							
【Note: 履修上の注意】							