

日本工学院専門学校	開講年度	2020年度	科目名	プロモーション実践	
科目基礎情報					
開設学科	情報ビジネス科	コース名	コース共通	開設期	後期
対象年次	2年次	科目区分	選択	時間数	30時間
単位数	1単位	開講時間	水曜 1～2時限目	授業形態	実習
教科書/教材	毎回レジュメ・資料を配布する。				
担当教員情報					
担当教員	兒玉 奉恵	実務経験の有無・職種	有・海外イベント会社勤務		
学習目的					
<p>プロモーションは、コミュニケーションの一部であり、製品、サービスに対する意識や関心を高め、購買を促進するメッセージのことを指す。通常、プロモーションの手段としては、広告、販売促進のインセンティブや褒賞、WebサイトやEメール、販売員、PRなどが用いる。</p> <p>消費者に製品やサービスを認識させ、購買へと誘導するため、広告、人的販売、販促、広報、セールスプロモーションなどがあり、一つ一つの施策をばらばらに行うのではなく、一貫性を持ったプロモーション・ミックス、マーケティング・ミックスを行うことが必要である。</p>					
到達目標					
<p>経理ソフトによって、手作業で行っていた帳簿記入や集計作業ができ、仕訳帳・総勘定元帳のCSV/PDF出力、見積書/請求書/納品書の発行、入金確認や消込、帳簿への反映、支払管理や振込ファイルの自動作成、証憑管理（電子帳簿保存対応）ができる。</p>					
教育方法等					
授業概要	製品・サービスについて消費者が購買意欲を起こさせるための手法について学び、グループワークを行い演習課題に取り組み、発表を行う。				
注意点	この授業ではパソコンを使用して授業を行う。 授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。また、授業時数の4分の3以上出席しない者は試験を受験することができない。授業の進捗状況により、内容が前後する場合がある。				
評価方法	種別	割合	備考		
	試験・課題	80%	試験と課題を総合的に評価する		
	小テスト				
	レポート				
	成果発表 (口頭・実技)				
	平常点	20%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価する		
授業計画（1回～15回） 1回（2）時間 ※45分を1時間とする					
回	授業内容	各回の到達目標			
1回	ガイダンス	授業の説明、進め方、プロモーションミックスについて理解できる			
2回	プロモーション基礎（1）	セールスプロモーション、プロモーション戦略について理解できる			
3回	プロモーション基礎（2）	プロモーションの計画、プロモーションの手法とツールについて理解できる			
4回	プロモーション基礎（3）	プロモーションの効果測定、PRの意味について理解できる			
5回	プロモーション基礎（4）	PR事例について理解できる			
6回	プロモーション基礎（5）	PRと広報の違いについて理解できる			
7回	プロモーション基礎（6）	PR活動について理解できる			
8回	プロモーション基礎（7）	マーケティング・パブリック・リレーションズ（MPR）の役割について理解できる			
9回	プロモーション基礎（8）	「プロモーション」「PR」「広報」「広告」の違いについて理解できる			
10回	演習課題（1）	商品に関してプロモーション方法を、考えることができる			
11回	演習課題（2）	商品に関してプロモーション方法を、考えることができる			
12回	演習課題（3）	商品に関してプロモーション方法を、考えることができる			
13回	演習課題（4）	商品に関してプロモーション方法を、考えることができる			
14回	演習課題（5）	商品に関してプロモーション方法を、考えることができる			
15回	発表会、まとめ	発表会、これまでの授業の振り返りについて理解できる			