

2022年度 日本工学院専門学校											
情報ビジネス科											
プロモーション実践											
対象	2 年次	開講期	後期	区分	選択	種別	実習	時間数	30	単位	1
担当教員	兒玉 奉恵			実務経験	有	職種	会計事務所、海外イベント会社				
担当教員紹介											
国内の会計事務所で実務を積む。簿記の最上位資格を所持。 その後、イベント会社の海外事業部で実務を積みあげる。 その後、専門学校の教員へ転職し、現在は実務経験を活かした専門科目を担当する。											
授業概要											
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。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。											
到達目標											
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。											
授業方法											
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。											
成績評価方法											
試験・課題 80% 試験と課題を総合的に評価する 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											
履修上の注意											
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。											
教科書教材											
毎回レジュメ・資料を配布する。											
回数	授業計画										
第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										
第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										
第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										
第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										
第5回	プロモーション基礎（4） PR事例について理解できる										

2022年度 日本工学院専門学校	
情報ビジネス科	
プロモーション実践	
第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
第7回	プロモーション基礎（6） PR活動について理解できる
第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
第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
第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
第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
第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
第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
第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
第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