

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	種別	講義+実習	時間数	30	単位	2	
担当教員	田中悠太			実務経験	有	職種	E C運用管理					

授業概要

商品を売るための商品宣伝戦略などの方法を学び、それらを分析・考察します。

到達目標

製品・サービスを消費者に知ってもらうための手法（広告、人的販売、販促、広報、セールスプロモーション）を理解できることを目標とする。

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習し、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、小テスト等を総合的に評価する。

履修上の注意

積極的にグループワークに取り組むこと。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)

プロモーション実践

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）
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）