

日本工学院八王子専門学校	開講年度	2019年度（平成31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		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	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	小川 芳郎	実務経験の有無・職種	無	
学習目的				
<p>プロモーションとは、消費者に対して製品、サービスの購買意欲を喚起する活動のこと。「モノ」を「誰」に「どう売るか」がビジネスの基本となり、「誰」に「どう売るか」を総合的にマーケティングといい、「どう売るか」を実行するのがプロモーションとなる。</p> <p>ビジネスの基本である、消費者に対して製品・サービスを知ってもらい、購買まで結びつけるための手法を学ぶ。</p>				
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。				
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	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。			
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）				
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		