

# 愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2024年度	開講期(Semester)	後期
授業科目名(Course name)	総合演習 II		
担当者(Instructors)	安藤 真澄	配当年次(Dividend year)	2
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	必修

<b>■ 授業の目的と概要 (Course purpose/outline)</b>			
<p>【広告を読む、広告を創る】私たちは毎日大量の広告を目にしている。スマホに次々に登場する広告は肝心のコンテンツを見るのに目障りになるほどである。しかし、広告があるからこそ、様々な商品・サービスを知り、自分が欲しいものを買えると言える。最近の広告は単に何かを売り込むのではなく、企業として社会的なメッセージを発信するものとなって来た。そこで、この授業では国内外の最近の広告事例を見て、そこで企業は何を言おうとしているのか、自分ならどうするか等について共に考えて行く。</p>			

<b>■ 授業形態・授業の方法 (Class form)</b>	
授業形態(Class form)	演習
授業の方法(Class method)	国内外の広告の事例を見ながら、どのような意図をもってその広告は作られたのか、その結果はどうだったのか等について議論を進める。チーム作業で実際に広告を創ってみる。

<b>■ 各回のテーマとその内容 (Each theme and its contents)</b>			
回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	前半の振り返り	前半の振り返り	<input type="checkbox"/>
第2回	最新の広告事例	2024年のカンヌ国際クリエイティビティフェスティバルで話題になった広告を取り上げ、着目すべき点を学ぶ	<input type="checkbox"/>
第3回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第4回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第5回	学生が作った広告から学ぶ	各種コンテストで大学生が制作した広告を見る。	<input type="checkbox"/>
第6回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第7回	広告コピーを書いてみる	課題を出し、課題解決につながるコピーを書いてみる	<input type="checkbox"/>
第8回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第9回	広告の制作プロセス	現状分析→解決すべき課題を見つける→広告コンセプトを作る→広告表現を作る	<input type="checkbox"/>
第10回	広告制作	具体的な課題を出すので、それを解決するための広告案を考える。以下はチーム作業で進める。14回目にプレゼンを行う。	<input type="checkbox"/>
第11回	同上	制作作業	<input type="checkbox"/>
第12回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第13回	同上	同上	<input type="checkbox"/>
第14回	プレゼンテーション	各チーム15分間程度でプレゼンテーションを行う。	<input type="checkbox"/>
第15回	全体のまとめと振り返り	全体のまとめと振り返り	<input type="checkbox"/>

<b>■ 授業時間外学習 (予習・復習) の内容 (Preparation/review details)</b>	
<p>普段から目にする広告について関心を持つ。授業で提示された文献を読み、基本概念や広告の事例についてインターネットで調べる。(2時間) 授業で提示された広告事例をインターネットで確認し、それらが何を目的に作られたのかを確認する。(2時間)</p>	

<b>■ 課題とフィードバックの方法 (Assignments/feedback)</b>	
<p>適宜、課題を出し、その回答について次の授業で講評し、知見を共有します。</p>	

<b>■ 授業の到達目標と評価基準 (Course goals)</b>		
区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)

知識・技能	◇ 2019全学共通DP1	学びの基礎となる社会、文化、自然等に関連する幅広い知識を習得しながら専門知識を育み、それを活用することができる。具体的には広告の社会的背景をきちんと理解できる。
思考力・判断力・表現力	◇ 2019全学共通DP2	基礎学力を踏まえた専門知識と自らの経験を基に、創造的に考えたうえで、課題について適格に判断し、自在に表現、発信することができる。具体的にはある広告作品の目的や表現手法について、自分なりの考えをまとめ、発表できる。
主体性	◆ 2019全学共通DP3	多様な人びとの中で自己を理解し、主体的に他者と協働して問題を解決することができる。具体的には自分で文献やネットを通じて調べ、課題について考えるだけでなく、他者の考えも傾聴し、自分なりの意見を述べるができる。

■成績評価(Evaluation method)				
筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験 (in-class exam)	その他(Other)
			80%	20%
授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)				
課題提出、発表、ゼミへの積極的な参加姿勢などを総合的に判断し、評価する。 後期の最後に自分たちが制作した広告案をパワーポイントで発表してもらいます。				

■テキスト(Textbooks)		
No. (No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	なし その時々で注目すべき事例を提示し、必要に応じて資料を配布する。	
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)		
No. (No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	佐藤達郎『「これからの広告」の教科書』かんき出版、2015年	978-4-7612-7095-7
2	杉山恒太郎『世界を変えたブランド広告』日本経済新聞出版、2022年	978-4-296-11603-4
3	PIE 広告コピー研究会『何度も読みたい広告コピー』パイインターナショナル、2011年	9784756241528
4	安藤真澄『広告コミュニケーションの本質とは何か 「広告社会学」の試み』ミネルヴァ書房、2021年	978-4-623-09071-6
5	長井謙『逆引きキャッチコピー事典』翔泳社、2023年	9784798178783