

広告と販売促進

教 科	商 業	単位数	3	学 科 ・ 学 年	総合ビジネス科 2 年生 (流通コース)
使用教科書	「広告と販売促進」(実教出版)		副教材等	なし	

◇ 学習の到達目標 ◇

1. 成熟した現代市場において広告と販売促進が果たす役割とその意義を理解する。
2. 広告や販売促進に関する知識と技術を体験的に習得する。
3. マーケティングにおける企業と消費者間のコミュニケーション活動の果たす意義や役割を理解する。
4. 広告や販売促進など販売に関連する活動を主体的、創造的に行う能力と態度を身に付ける。

◇ 科目の特色 ◇

経済の国際化や顧客ニーズの多様化といった内外の市場環境が急速に変化する中で、企業における、顧客ニーズを満たすための広告・販売促進活動の重要性、およびその具体的内容に関する知識、技術を学習します。

◇ 学習の計画 ◇

月	単 元 名	主 な 学 習 活 動
4 6	第 1 章 販売促進 第 2 章 広告	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売促進の役割と内容を把握し、消費者ニーズとの関係を踏まえ、ターゲティングの重要性について理解する。 ・ 広告の種類について主体、対象、媒体、目的によって分類し整理し、広告計画の手順とその内容について理解する。 <p style="text-align: right;">【前期中間考査】</p>
6 9	第 3 章 広報 第 4 章 店舗の立地と設計	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報の定義と理念、種類と役割について整理し、効果的な広報の方法として、プロダクト・プレースメント、話題喚起、物語広報等を理解する。 ・ 店舗立地が小売業績を大きく左右することを認識し、その選定条件についての観点、要因、手順について整理する。 <p style="text-align: right;">【前期期末考査】</p>
10 12	第 5 章 販売員活動	<p>販売員活動の役割と目的について理解し、販売のタイミング、購買心理過程を踏まえ、効果的な販売方法を理解する。</p> <p style="text-align: right;">【後期中間考査】</p>
1 3	第 6 章 時代に応じた販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人の消費者ニーズに対応するためのダイレクト・マーケティングについて、定義、目的、利点、課題、用いられるメディア等を理解する。 <p style="text-align: right;">【後期期末考査】</p>

◇ 評価の観点・方法 ◇

評価は、次の四つの観点から行います。

関心・意欲・態度	広告や販売促進などに関する知識と技術について関心を持ち、それらを習得するために意欲的に取り組むことができる。
思考・判断・表現	広告や販売促進に関する諸問題を客観的に把握し、その解決のために計画を立案し、実施して、得られた成果を表現できる。
技能	広告と販売促進に関する資料をさまざまなメディアから収集し、そのなかから適切なものを選択して、主体的に活用する能力が身についているか。
知識・理解	顧客満足の実現に向けて、企業と消費者間のコミュニケーション活動が重要であることを理解できる。

◇ 担当者からのメッセージ ◇

広告と販売促進に関する基礎・基本を学び、企業が実際に行っている事例に触れながら実学も同時に学びます。常に社会の情勢に関心を抱き、この科目を通して、広告と販売促進の魅力を追究しましょう。