

開講期	2025年度前期			単位数	2.0単位
科目[授業]名	7893 マーケティング・コミュニケーションⅠ			開講形態（隔週 偶数＝隔週2コマ）	週間授業
種別	人数制限(抽選)			定員	37
履修可能学年	2年/3年/4年	重複履修	×	全学開講	○
曜日時限	木曜3限				
教室	E203(メディア室3)				
代表教員	大野 幸子				
担当教員	大野 幸子				
テーマと到達目標	私達は、モノやサービスを購買・利用に至る過程で、企業が発信する様々なマーケティング・コミュニケーションに接している。本講義は、マーケティング・コミュニケーションに関する基本的な知識や理論を理解した上で、実際の企業がどのようなマーケティング・コミュニケーションを行っているのかを説明できる能力の獲得を目指す。				
概要	講義では、次のような項目について学習する。（１）マーケティングとプロモーション活動（２）消費者行動とマーケティング（３）マーケティング・コミュニケーションの戦略（４）ブランド・マネジメント戦略（５）グローバル・マーケティング戦略など。受講生は、自らの購買行動や身近な企業を振り返り、マーケティングとの接点や疑問・問題点について考えてみることで、より講義内容が理解されるだろう。				
対面科目/オンライン科目	対面科目				
授業計画				担当教員（複数の教員が担当する場合のみ記載）	授業方式
第1回	オリエンテーション				対面授業
第2回	マーケティング・コミュニケーションとは				対面授業
第3回	マーケティングとプロモーション活動				対面授業
第4回	グループワークと発表1：商品メッセージの提案				対面授業
第5回	消費者行動とマーケティング				対面授業
第6回	マーケティング・コミュニケーションと関与理論				対面授業
第7回	グループワークと発表2：意思決定モデルとマーケティング戦略				対面授業
第8回	消費者の感情				対面授業
第9回	感情を用いたマーケティング				対面授業
第10回	マーケティング・コミュニケーションの計画				対面授業
第11回	グループワークと発表3：関与と知覚リスク				対面授業
第12回	販売促進とPR戦略				対面授業
第13回	ブランド・マネジメント戦略				対面授業
第14回	グローバル・マーケティング戦略				対面授業
第15回	まとめ				対面授業
成績評価の基準	期末レポート（60％）・小レポートおよび授業内発表（40％） ※本講義は、教員と学生間の相互コミュニケーションや学生間のグループディスカッションを通じて授業を進めます。 積極的に授業に参加できる学生を歓迎します。				
履修にあたっての留意事項	【重要】 ●本科目は、マーケティング論の応用科目です。「マーケティング・コミュニケーションⅠ」（基本）・「マーケティング・コミュニケーションⅡ」（発展）は関連科目のため、「マーケティング・コミュニケーションⅡ」のみの受講はできません。また、Ⅰ・Ⅱは連続して受講することをお勧めします。 ●自身のPCを持ち込む場合は、授業内容にかかわるExcelやWordなどを事前にインストールしておくことが必要です（和光大学にて無償で利用可）。 ●本科目でZOOMを使用する場合、URLは和光ポータルの＜掲示登録＞へ。配付資料は必要に応じて和光ポータルの＜授業資料＞にアップする。				
オンライン授業方式(同時双方向)					

型・オンデマンド型)の詳細	
【種別】人数制限（抽選）授業の優先条件	[1]B2年次

◆教科書・教材

教科書以外に必要な教材費用	なし		
教科書	特に指定しない。講義資料を授業内に適宜配布。	教科書(ISBN)	
参考文献	必要に応じて授業内で紹介する。	参考文献(ISBN)	