

ネット広告を考える	履修年次	3	
	単位	2	
田中 準也	配当期	前	
	授業方法	演習/対面	
<b>授業の内容</b>			
<p>[授業の概要]</p> <p>本講義では、ペイドメディア・アードメディア・ソーシャルメディア、すなわちトリプルメディアでインターネット広告をとらえ、それぞれのメディアごとに、歴史・主要プレイヤー・取引について理解した上で、事例を分析し、実際にコミュニケーションターゲットの認識変容・態度変容をおこすプランニングを体験する。1～3回はデジタルマーケティングの概論、4～5回はペイドメディア、6～7回はアードメディア、8回はコンテンツマーケティング、9～11回はオウンドメディア、12回はインターネット広告の課題、13回はデジタル時代におけるコミュニケーションプランニングについて、インターネット広告に関して幅広い知識とノウハウがマスターできる内容になっている。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでのマーケティングとデジタルマーケティングの違いを説明することができる。</li> <li>・インターネット広告に関する取引や業務の流れ、様々な広告商品を理解し、説明することができる。</li> <li>・トリプルメディア(ペイドメディア・アードメディア・ソーシャルメディア)を説明することができる。</li> <li>・デジタルマーケティングにおけるコミュニケーションプランニングの基礎を理解し、説明することができる。</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
定期試験、提出課題、授業出席、授業外学習から下記のウェイトで評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	マーケティングとデジタルマーケティング	8	コンテンツマーケティング
2	インターネット広告を取り巻く環境	9	オウンドメディア基礎
3	トリプルメディア	10	オウンドメディアケーススタディ(BtoC)
4	ペイドメディア基礎	11	オウンドメディアケーススタディ(BtoB)
5	ペイドメディアケーススタディ	12	インターネット広告の課題
6	アードメディア基礎	13	消費者の認識変容を促すプランニング
7	アードメディアケーススタディ	14	「ネット広告を考える」総括