

「広告と販売促進」シラバス

校 長		教 頭		
-----	--	-----	--	--

科目名	単位数	学年	学期	必修・選択	対象学科
広告と販売促進	2	3	全	選 択	会 計 科

1. 概要及び目標

- (1) 広告の製作、店舗設計、商品陳列、接客などに関する知識と技術を体験てきに修得させる。
- (2) 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について理解させる。
- (3) 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育てる

2. 成績評価（例えば、定期考査、小テスト、提出物、授業）

考査	40%	証憑・帳簿類	40%	勤怠・態度	20%
----	-----	--------	-----	-------	-----

3. 使用教科書・教材

実教出版『広告と販売』（7実教・商業325）

4. 授業の内容

- (1) 効果的な広告や店舗立地などを行っている企業の具体的な事例を取り上げ、ケーススタディーなどを通して、適切な販売促進などのあり方について考察させると共に、具体的な課題を設定し、広告や販売促進などの活動に取り組む実践的、体験的な学習を取り入れる。
(近隣企業チラシ作成請負業務、近隣企業 PRCM 作成請負業務等)

(2) 学校行事との連携

校内行事（模擬会社設立及び商品開発）において、授業内において学んだ広告と販売促進に関する基礎知識を活かし、主体的、創造的に取り組めるようにする

広告と販売促進（商業科）学習計画

月	単 元	学習内容・要点	配当 時間
4	第1章 販売促進 1 販売促進の目的 2 販売促進の方法	<ul style="list-style-type: none"> ・販売促進がマーケティング・コミュニケーションの一環として重要な意義をもつことについて理解させる。 ・広告、店舗の立地や設計、人的な販売など消費者に対する販売促進の方法の概要及び企業に対する人的な販売促進の方法の概要について理解させる。 	6
5	第2章 広告と販売促進 1 広告の目的 2 広告計画の立案と実施 3 広告効果の測定 4 広告活動の意義と手法	<ul style="list-style-type: none"> ・広告が消費者の購買行動に及ぼす影響について、具体的な事例の考察を通じて理解させる。 ・広告と題材として、デザインに関する基礎的な知識とグラフィックデザインの技法を習得する ・企業による広告の具体的な事例を取り上げ、広告の効果及び広告方法の改善について考察させる。 ・広告の意義や役割について理解させる。 	7
6	第3章 店舗の立地と設計 1 店舗立地の重要性と立地条件 2 店舗設計 3 商品陳列	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客を誘引する立地について、具体的な課題を設定し、立地の検討を行う実習をさせる。 ・顧客を誘引する店舗について、具体的な課題を設定し、店舗設計を行う実習をさせる。 <p>商品陳列の重要性、商品陳列の方法及びディスプレイの機能について具体的な事例を取り上げて理解させる。</p>	7
7	第4章 販売活動 1 人的販売と販売組織 2 接客の方法	<p>販売の形態、販売員の役割、販売員に必要な資質と知識及び効果的な販売活動を行う能力と態度を育てる。</p>	6
9 10 11	学園祭の取り組み 1 10月学園祭時設立模擬株式会社に関する事項 第5章 販売促進の発展と顧客満足の実現 1 時代に応じた販売促進 2 販売後の消費者対応	<p>オリジナルチラシ及びポスターの作成、動画 CM 作成 15秒、30秒、60秒(HP、SNS 発信)、店舗設計（効果的な商品陳列、ディスプレイの方法）、望ましい接客方法の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ダイレクトマーケティングや電子商取引など時代に応じた販売促進の意義や課題について、具体的な事例の考察を通じ理解させる。 ・消費者に対する販売後の責任及び販売後のサービスの意義や望ましいあり方について、具体的な事例の考察を通じて理解させる。 	3 3
12	発展学習 1 地域企業と連携し、企業(商品)PR用ポスター、チラシ、CM、キャッチコピー等の作成（広告代理店模擬体験）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業担当者との打合せなどを、生徒が主体的に行い、広告主の要望に応えながら、いかに効果的な広告を作成するかという実践的な取り組みを目指す。 ・グループを編成し、作成した作品を相互に発表しあう。 	1 1
			7 0

