

東京都立芝商業高等学校 令和4年度 教科(商業)科目(広告と販売促進) 年間授業計画

教科: (商業) 科目: (商品開発) 単位数: 2単位 対象: (第3学年選択生徒)
 使用教科書: (実教出版 商品開発 商業3 2 5)

	指導内容	科目: 広告と販売促進の具体的な指導目標	評価の観点・方法	配当時数
4月	第1章 1. 販売促進の概要 2. 消費行動の理解 3. 販売促進の戦略と具体的活動	<ul style="list-style-type: none"> ●販売促進の役割と内容を把握させる。 ●販売促進と消費者ニーズの関係を正しく理解させ、ターゲティングの重要性を理解させる。 ●ブランド・イメージの確立が販売促進の目標であることを認識させる。 ●統合型マーケティング・コミュニケーション(IMC)による一貫的な販売促進活動や、ステークホルダーとの結びつきの強化がブランド価値の育成に不可欠であることを理解させる。 ●情報通信技術の進化が販売促進に激しい変化をもたらしていることを理解させる。 ●ブランド価値の創造、企業イメージの向上のための販売促進について理解させ、企業の社会貢献の必要性を認識させる。 ●販売促進の戦略がフック戦略、プル戦略に大別されることを理解させ、それらを適切に組み合わせることで最大の効果を生み出せることを理解させる。 	出席 小テスト 提出物	4
5月	第2章 1. 広告の概要 2. 広告計画の手順と内容	<ul style="list-style-type: none"> ●購買行動を直接的に引き起こすためのセールス・プロモーションについて理解させる。 ●IMCの考えに基づき、一貫したコンセプトに基づいた広告表現の必要性を理解させる。 ●広告計画の立案に際して、商品、消費者、競合の分析、商品の長所・短所の整理が必要であることを理解させる。 ●広告コンセプトの決定のため、商品の課題と目標、ターゲットの設定、ねらうべきポジションを明確にする必要があることを理解させる。 ●広告表現においてトーン・アンド・マナーが重要であることを認識させる。 ●キャッチコピー、ポディーコピー、リード、キービジュアル、ロゴ等の広告表現の要素を認識させる。 ●ラフスケッチ作成→コピー作成→カンパ作成→写真・イラストの作成→データ入稿という広告制作の手順を認識させる。 	出席 小テスト 提出物	8
6月	2. 広告計画の手順と内容	<ul style="list-style-type: none"> ●広告を掲載するメディアとして、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、OHPメディア、チラシ、ダイレクトメール、POP広告、インターネット等を、それぞれの特徴をふまえて理解させる。 ●効果的なメディアの選択とメディア・ミックスについて広告予算をふまえて理解させる。 ●広告効果の測定について購買行動結果、接触効果、知名度の上昇、心理効果の指標から図られることを理解させる。 ●広告効果には媒体到達、広告露出、広告知覚、コミュニケーション、行動の5段階があることを理解させる。 ●広告の目標設定を未知、認知、理解、確信、行為という5段階で考えるDAGMARという考え方を理解する。 ●広告方法の改善にPDCAサイクルを用いることを確認する。 	出席 小テスト 提出物	8
7月	第3章 1. 広報の概要 2. 広報の具体的活動 3. 効果的な広報	<ul style="list-style-type: none"> ●広報の定義と概念について整理させる。 ●広報の種類と役割について整理させる。 ●広報の仕事と組織について、その目的や対象をふまえて理解させる。●商品広報はパブリシティの種類で分類することを整理させる。 ●企業広報はコミュニケーションの対象や内容によって分類することを理解させる。 ●企業の広報として、webサイト、スポンサーシップ、トップコミュニケーション、インバスター・リレーションズ、CSR、コンプライアンス、危機管理、問い合わせ対応、インタナル・コミュニケーション、パブリック・アフェアーズなどのコミュニケーション活動があることを整理する。●効果的な広報においても、IMCに基づいた一貫性のある活動が求められることを理解させる。 ●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、物語広報を理解させる。 	出席 小テスト 定着度確認テスト	4
8月				
9月	第4章 1. 店舗の立地 2. 店舗の設計 3. 店舗の棚割りと陳列	<ul style="list-style-type: none"> ●店舗の立地について商圈から考える視点を養う。 ●店舗立地が小売業績を大きく左右することを認識させ、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。 ●店舗設計がストア・ロイヤリティにつながることを理解させる。 ●店舗設計の計画について、その手順を整理する。 ●店舗レイアウトが売り場形態により左右されることを理解させる。 ●店舗レイアウトをフロア・マネジメントの側面から理解させる。 ●棚割りがグルーピング、ゾーニング、フェイスングの順番で決定されることを理解させる。 ●効果的な陳列の方法について理解させる。 ●さまざまなディスプレイの種類について整理させる。 	出席 小テスト 提出物	6
10月	第5章 1. 販売員活動の概要 2. 販売員活動の方法	<ul style="list-style-type: none"> ●販売員活動の役割と目的について理解させる。 ●販売員活動の種類について、販売対象と販売形態の側面から分類する方法を整理させる。 ●販売員の組織化について整理し、販売組織における訓練、評価の方法を整理させる。 ●販売員の満足度を高めることが顧客の満足度を向上させることを理解させる。 ●販売員に求められる役割と知識について理解させる。 ●販売のタイミングを購買心理過程をふまえて理解させる。 ●効果的な販売方法を理解させる。 ●クレームへの対応を思考させ、理解させる。 	出席 小テスト 提出物	8
11月	第6章 1. 新しい販売促進 2. 販売促進の規制 3. 販売促進の課題	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者のニーズに応じた販売促進について理解させる。 ●新しいメディア、新しい方法による販売促進について、理解させる。 ●規制の意義、希恵氏の種類について整理させる。 ●法規制の具体的内容について理解させる。 ●消費者対応の重要性について理解させる。 ●法律、制度、自主性に基づいた消費者対応について理解させる。 		8
12月	総合実習	●これまで学習した内容(特に第3、4章)に基づき、広告、広報に関する作品を制作をさせる。	作品	4
1月	学習成果の発表	●作品成句活動で得た学習内容を発表する活動をさせる。	発表の内容	4
2月				
3月				