

大阪情報コンピュータ専門学校 授業シラバス (2026年度)

専門分野区分	専門基礎	科目名	表現研究Ⅱ					科目コード	D1274A2	
配当期	後期	授業実施形態	通常					単位数	2 単位	
担当教員名	早瀬 博之	履修グループ	2I(DV/MC/MV/SC)2J(DG/DR/DT/DW/MA/MT)					授業方法	演習	
実務経験の内容	<p>アパレル時のプロデュース能力を認められ入社勧誘をうける。 当初企業プロモーションだけだったが人材確保ができ徐々にプロデューサーとして番組制作(TV東京・SUNTV)を手掛ける様になる。</p>									
学習一般目標	<p>・コミュニケーション能力・プレゼン力を身につける ・実際に広告企画書を作成し、プロデューサーとしての思考プロセスを体験する</p>									
授業の概要および学習上の助言	<p>到達目標 ・広告・宣伝の基礎理論を理解し、現代のマーケティング環境を把握する ・企画立案から制作・運用・効果測定までの一連のプロセスを実践的に学ぶ ・クライアントワークに必要なコミュニケーション能力・プレゼン力を身につける ・実際に広告企画書を作成し、プロデューサーとしての思考プロセスを体験する</p>									
教科書および参考書	別に無し									
履修に必要な予備知識や技能	別に無し									
使用機器	PC									
使用ソフト	別に無し									
学習到達目標	学部DP(番号表記)	学生が到達すべき行動目標								
	2/3	・広告・宣伝の基礎理論を理解し、現代のマーケティング環境を把握する								
	2/3	・企画立案から制作・運用・効果測定までの一連のプロセスを実践的に学ぶ								
	2/3	・クライアントワークに必要なコミュニケーション能力・プレゼン力を身につける								
	2/3	・実際に広告企画書を作成し、プロデューサーとしての思考プロセスを体験する								
	2/3	・実際に広告企画書を作成し、プレゼンをする								
達成度評価	評価方法	試験	小テスト	レポート	成果発表 (口頭・実技)	作品	ポートフォリオ	その他	合計	
	学部DP	1.知識・理解	0	0			0			
		2.思考・判断	0	0			0			
		3.態度	0	0			0			
		4.技能・表現	0	0			0			
		5.関心・意欲	0	0			0			
	総合評価割合		0	0	25	25	0	25	25	100
評価の要点										
評価方法		評価の実施方法と注意点								

試験	0
小テスト	0
レポート	25%
成果発表(口頭・実技)	25%
作品	0
ポートフォリオ	25%
その他	25%

授業明細表

授業回数	学習内容	授業の運営方法	学習課題(予習・復習)
第1回	オリエンテーション ・広告宣伝プロデューサーとは何をする職業か ・業界構造(広告代理店・制作会社・メディア・クライアント) ・受講の進め方と最終課題説明	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第2回	広告の役割と歴史 ・広告の社会的役割 ・マスメディア広告からデジタル広告までの変遷 ・成功した広告キャンペーンの分析	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第3回	マーケティング基礎 ・STPは戦略の骨格 ・4P/4Cは戦略の実行 ・インサイトは広告の説得力を生む“心のスイッチ”	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第4回	ターゲット分析とリサーチ ・定量・定性調査 定量調査は「数字で把握する調査」、定性調査は「理由や背景を深く理解する調査」 ・ペルソナ設計 「理想的な顧客を“1人の人物像”として具体化し、マーケティングや商品設計の精度を高める手法」 ・カスタマージャーニーの作り方	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第5回	広告戦略立案 ・ブランド戦略 ・コミュニケーション戦略 ・KPI設計(Key Performance Indicator)	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第6回	クリエイティブの基礎 ・コピーライティングの基礎 ・ビジュアル表現の基礎 ・トーン&マナーの設計	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第7回	メディアプランニング ・テレビ・ラジオ・新聞・雑誌 ・Web広告(SNS、検索、動画、運用型広告) ・OOH、イベント、PRとの連携	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第8回	デジタル広告の実務 ・SNS広告の特徴 ・インフルエンサーマーケティング ・データドリブン広告	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。

第9回	制作プロセスとプロデュース業務 ・企画書作成 ・スケジュール管理 ・クリエイター(デザイナー・コピーライター・映像チーム)との連携	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第10回	予算管理と見積もり ・制作費の構造 ・メディア費の考え方 ・コストコントロールの実務	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第11回	クライアントワークとプレゼンテーション ・ヒアリングの技術 ・提案書の構成 ・プレゼンの実践	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第12回	広告効果測定 ・広告効果の指標 ・アクセス解析・SNS分析 ・PDCAの回し方	講義と映像を見ながら学ぶ	出来るだけレジュメを渡す様にします。
第13回	ケーススタディ ・実在の広告キャンペーン分析 ・成功要因・失敗要因の検討	講義の中で各自作成した企画書でプレゼンを行う	出来るだけレジュメを渡す様にします。