

デザイン美術学科

科目名 (科目コード)	広告表現【2132】	配当年次	2	担当教員	今村 莊三	対象 区分	—	—	—
		単位数	1				—	—	—
授業の ねらい	<p>広告はどのように表現されるか？その表現の流れは？デザインは？コピーは？ そして広告コンセプトとは？日常、身近にある広告がどのように表現されているかとなると、ほとんどの受講生はよくわからないといったところであろう。 スクーリングでは基本的な知識を教えたあと、広告表現とデザインワークの実際が明確な輪郭をもってイメージできるよう概説する。その中心にあるのは、誰か（消費者）に何か（商品等の価値）を訴求する広告コミュニケーションの基本理解である。 さらに、実際のコピーワーク&デザインにも取り組む。</p>								
授業の 計画	<ol style="list-style-type: none"> 1. 広告の基礎知識（コンセプトとターゲット・ポジショニング） 2. 広告企画と表現（広告の名作を学ぶ） 3. コピーワーク演習（キャッチフレーズ作り） 4. TV—CMについて（日本と海外のCM） 5. コピーとデザイン（コピーライターとデザイナー） 6. ポスター広告の企画①（キャッチフレーズ作り） 7. ポスター広告の企画②（ポスター案ラフ作り） 8. 広告の今とこれから（最新の広告を知る） 								
教科書	適宜、資料を作成し配布する。								
持参物	ノート&筆記用具								
評価方法	① 受講態度 ② 学ぶ姿勢 ③ デザインワークをもとに総合的に評価判定する								