

小 泉 秀 昭

20 数年間、主に外資系の広告会社で営業職・マーケティング職としてグローバルブランドの広告戦略に携わってきました。また海外のビジネススクール、国内の大学院で広告理論も学びました。得意な分野としては広告メディアプランニングやブランド戦略論です。

1. 専門演習の目標

広告コミュニケーションの学習を通し、実務で用いることのできるプランニング能力、プレゼンテーション能力の習得を目指します。また広告コミュニケーションに関する論文を執筆できる論理的思考の獲得も目指します。

2. 専門演習で扱う課題と内容

- ・2 回生春休みに準備のための勉強会（丸1日と衣セミ合宿）と課題。
- ・3 回生前期：①実際の企業（ブランド）の広告コミュニケーションのプランをグループごとに作成、発表、②広告に関する用語を個人単位で調べ、発表してもらう、③その他ケーススタディなど
- ・夏休みに個人の課題として、任意のブランドの広告コミュニケーションプランの作成
- ・夏休み中に全員参加の合宿1度、希望者を対象とした東京合宿1度を実施
- ・3 回生後期：①関西4大学対抗プレゼンテーションへの参加。実際の企業から課題を頂き、それに関する広告コミュニケーションプランをグループで作成し、プレゼンテーションを行う、②学内の学部長表彰制度の論文賞に応募するための論文をグループ単位で執筆
- 4 回生：①個人単位での卒業論文の執筆、ただし、サポーター制を採用しているために他の人のサポートもしてもらう、②ケーススタディなど

3. 授業の進め方・内容

3 回生時は、ゼミ外の時間でグループ研究を行い、ゼミの時間はその発表およびディスカッションを行います。また4 回生時は、個人での発表、およびそれについてのディスカッションを行います。

4. 必要とする知識

グループ研究を円滑に行う知識、ノウハウ。ゼミ内では毎回意見を求めるので、それに対応できる積極的な発言姿勢。常に、疑問・批判的な目を持ち、知識を吸収しようとする態度が必要となります。

5. 関連する分野・科目・知識

基本的に送り手側（広告主、広告代理店）の視点が多くなるため、興味の範囲がマーケティング的な広告論（通常のTV・雑誌・ネットでみられるような広告）にあるものに向いています。

6. テキスト・参考書・機材（受講生が標準的に持つもの）

4月のスタートまでに最低1冊広告論のテキストを読んでもらいます（例：新しい広告／嶋村和恵監修）。またパワーポイントでプレゼンテーションを行うために最低限度のPCソフトの操作（Officeレベル）能力も必要です。

7. 独自に付加する選考方法

面接等を行います。またゼミ運営がかなり他のゼミとは異なるため、履修を希望するものはかならず、説明会に出席すること。もし参加ができない場合には担当教員に直接メールで連絡してください。

8. 受講生に望むこと

3 回生時は年間を通して、かなりの時間をゼミ活動にあてる必要があります。したがって、対外的な活動のある部活・3 回生エンターなどに所属しているものには参加は困難と思われます。よくしゃべり、元気が良く、積極的に勉強や交流会に参加でき、ゼミに対して熱くのめりこめるような人を求めます。