【言語活動の充実に重点を置いた指導事例】

| 科目 | マーケティング |
|------|--|
| 単 元 | 第8章 販売促進 |
| 指導項目 | 2 広告 |
| 指導目標 | 1 マーケティング活動を計画的・合理的に行う能力と態度を身に付けさせる。2 販売促進の中で、広告が果たす役割とその重要性を理解させる。3 広告の種類及びその特徴と使い方について理解させる。4 広告の計画・実施・評価について理解させる。 |
| 指導方法 | 販売促進の中で広告が果たす役割は大きい。身近な広告を教材として取り上げ、その 分類方法や特徴を考察し、効果的な広告の方法や広告の今後の展望について考えさせ、 学習内容をまとめ、発表させる。 |

| | | | 主な言語活動 | | |
|------|--|-------------------------------|--------------|---|--|
| 事前準備 | 身の回りの広告 | ・発表内容の要点をまとめておく。 | | | |
| 導入 | 前時の復習 する。 本時の目標 | として、発問により学習内容が定着しているか確認を確認する。 | | Fの社会性について考 €とめ、発表する。 | |
| | 1 内容による分類(1)商品広告(2)企業広告(3)案内広告 | | | ・各広告の実例からその特 徴をまとめ、発表する。 ・効果的な広告の方法につ | |
| 展 | (4) 意見広告 2 メディアに | | いて自ら考え、発表する。 | | |
| 開 | (1)新聞広告(2)雑誌広告(3)テレビ広告(4)ラジオ広告(5)ニューメディア広告 | | | ・各広告の今後の展望について考察し、発表する。 | |
| まとめ | 本時のまと 次時の予告 | 習内容をまとめ、確認 | | | |
| 評価 | 関心・意欲・態度 広告に関心を持ち、積極的に取り組んだか。 | | | $A \cdot B \cdot C \cdot D$ | |
| | 思考・判断 広告について考察し、適切な分析ができたか。 | | | $A \cdot B \cdot C \cdot D$ | |
| | 技能・表現 広告についての知識をもとに、自らの意見をまとめ、発表 することができたか。 | | | $A \cdot B \cdot C \cdot D$ | |
| | 知識・理解 広告についての知識を身に付けることができたか。 | | | $A \cdot B \cdot C \cdot D$ | |

参考資料等

【板書例】

2 広告の種類

(1) 内容による分類

ア 商品広告・・・商品の名称、品質、機能、デザイン、価格を伝える。

イ 企業広告・・・自社の名称、事業内容、経営方針、グループ企業の陣容を伝える。 (PR 広告)

ウ 案内広告・・・催し物の案内、リコールの実施、求人広告

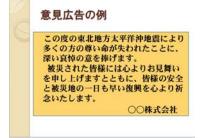
エ 意見広告・・・自社の意見を表明、啓発、公共広告

(2) メディアによる分類

新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・ニューメディア広告の比較

| 広告 | | 長所 | 短所 |
|-----------|----------------|-------------------|------------------|
| 活字広告 | 新聞広告 | ○広範囲に一斉に広告が可能。 | ○広告を繰り返さないと効果が現れ |
| | | ○比較的広告費が安い。 | にくい。 |
| | 雑誌広告 | ○広告対象者を絞り効果的な広 | ○迅速な広告には不向き。 |
| | | 告ができる。 | |
| | | ○広告に触れる時間が新聞広告 | |
| | | より長い。 | |
| | テレビ広告 | ○迅速でイメージしやすい。 | ○広告を繰り返さないと効果が現れ |
| | | (映像・音声) | にくい。 |
| 放送 | | | ○多額の広告費が必要。 |
| 広告 | ラジオ広告 | ○音声によりソフトな情報伝達、 | ○広告を繰り返さないと効果が現れ |
| | | イメージづくりに効果的。 | にくい。 |
| | | ○広告対象年齢を問わない。 | ○割高な広告費。 |
| | | ○双方向性のある広告が可能。 | ○設備を持たない消費者へは、広告 |
| ニューメディア広告 | | ○随時対応性 (オンデマンド) の | が不可能。 |
| | アノイノ 四日 | ある広告が可能。 | |
| | | ○広告費が比較的安い。 | |

【プレゼンテーション】





新聞広告・雑誌広告の比較 長所短所 ・広範囲に一斉に広 広告を繰り返さない と効果が現れにくい。

