

講義名	マーケティング・プレゼンテーション論		
科目区分	学部専門科目		
担当教員	清水 信年		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 3時限		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	23108

主題と概要

第一線で活躍するメーカーたちは、日々の業務のなかでプレゼンテーションを行う機会に数多く直面します。新製品の企画会議や社外向け発表会、ブランド理念の共有ミーティング、取引業者に対する営業活動や販売促進、広告展開のためのコンセプト提案、などのように、自らが扱う製品・サービスの良さを相手に伝えることができれば、メーカーの存在価値はないに等しいと言ってよいでしょう。本講義では、マーケティング活動を成功へと導くために必要な、魅力的なプレゼンテーションを実践するための考え方や手法の理解を身につけることを目指しています。ゼミなどで商品企画イベントなどに参加する予定がある学生にとっても、役立つ内容です。

到達目標

マーケティングの現場で求められる実践的なプレゼンテーションを行う能力を身につける。

提出課題

講義期間において数回、レポート提出を求めます。また、プレゼン実習も行います。

評価の基準

講義内容に関する数回のレポート提出 (約40%)
 グループワークの内容に関する評価点 (約50%)
 期末レポートの提出 (約10%)
 期末試験は行いません。

履修にあたっての注意・助言他

上記の「評価の基準」にある「グループワーク」については、受講者を数名ずつのグループに分け、プレゼンテーションのための作業を実習していただきます。その成績評価は、各グループの作業内容だけではなく、各グループ内でそれぞれのメンバーがどれだけ貢献できたかという側面も評価します。したがって、講義時間に教室に来て座っているだけでは、単位の取得はほぼ無理であることをあらかじめお断りしておきます。また、講義時間以外にグループワークをするための作業時間が必要である、ということもご理解ください。(ただし、もし履修者数が想定より少ない場合は、グループではなく個人でプレゼン実習にのぞんでいただきます。)
 上記の点も含めて、本講義は一般的な講義スタイルとはかなり異なるやり方で行う予定なので、初回講義の際のガイダンスには必ず出席することが必要です。

教科書

.使用しない。

プリント資料及び参考文献

適宜、指示をします。

授業計画

- 1 マーケターにとってのプレゼンテーション
 - 2 魅力的なマーケティング・プレゼンテーションの構成要素
 - 3 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 4 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 5 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 6 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 7 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 8 プレゼンテーション評価のケース・スタディ
 - 9 マーケティング・プレゼンテーションのグループワーク
 - 10 プレゼンテーション予行演習会
 - 11 マーケティング・プレゼンテーションのグループワーク
 - 12 プレゼンテーション披露会
 - 13 プレゼンテーション披露会
 - 14 プレゼンテーション披露会
 - 15 プレゼンテーション披露会
- 履修人数によってスケジュールを一部変更することがあります。

予習・復習

* 講義回の復習 : 1時間×1回=1時間
 * ケース・スタディの復習 : 1時間かける6回=6時間
 * プレゼン実習のための準備作業 : 23時間

合計 30時間

備考