

講義名	教養特講 (マーケティング学科へのいざない)		
科目区分	教養特講		
担当教員	後藤 こと恵/清水 信年/田中 康仁/ 長坂 泰之/秦 洋二/羽藤 雅彦/		
開講期・曜日・時限	前期 月曜日 5時限	授業形態	
	2020年度 商学部 マーケティング学科 / 2020年度 商学部 経営学科		
履修開始年次	1年生	単位数	2
		備考	

主題と概要

本講義ではマーケティング学科の学生が、これからの4年間の大学生活でどのようなことが学べるのか、その概要を説明します。マーケティング学科は大きく流通ビジネスコースとブランド戦略コースに分かれており、各コースの教員は、それぞれがさらに細分化された専門領域をもっています。本講義では、各教員の専門テーマを初學者にもわかりやすく解説し、2年次以降、さらに深くマーケティングを学ぶ際の手がかりを提供します。

到達目標

- ・マーケティング学科の学びの特徴を理解できる。
- ・マーケティングを研究する楽しみ、意義を理解できる。

提出課題

中間レポートと期末レポート

課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバック

講義中に総括、講評を行います。

評価の基準

中間レポート 50点
期末レポート 50点

履修にあたっての注意・助言他

この授業では、学生自身が興味のある分野を発見することを目標としています。身の回りの様々な事象に興味を持ち、マーケティング的思考ができるようになってください。

教科書	.使用しない。

プリント資料及び参考文献

講義連絡を通じて資料を配付します。
参考文献は適宜指示します。

授業計画

- 1 解題・ガイダンス
- 2 マーケティングとは
- 3 マーケティング定義の変遷
- 4 フロント
- 5 消費者の行動
- 6 日本マーケティング大賞に輝く企業
- 7 課題学修
- 8 買い物とショッピングはどう異なるか
- 9 国際経営とは
- 10 ロジスティック
- 11 商業とまちづくり
- 12 オムニチャネル・インターネット通販
- 13 マーケティングとAI・ビッグデータ
- 14 世界をよくなるマーケティング・コミュニケーション
- 15 課題学修

講義テーマの変更や順番の入れ替え等がある場合は、授業内もしくはポータルで告知します。

授業形態(アクティブ・ラーニング)

ア	: PBL (課題解決型学習)
イ	: 反転授業 (知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態)
ウ	: ディスカッション、ディベート
エ	: グループワーク
オ	: プレゼンテーション
カ	: 実習、フィールドワーク

準備学修(予習・復習等)の具体的な内容及びそれに必要な時間

予習: 各回のテーマに沿った資料の収集 (1時間)
復習: 「授業で新たに覚えたこと」の整理と関連文献の渉猟 (2時間)
特に復習に力を入れてください。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

本講義は、「課題学修型」(ポータルを通じたレポート課題)と「同時双方向型」(Skype for Businessを使用)を併用して講義を行います。パソコンやタブレットスマートフォンなどの機器で聴講可能ですが、できるだけ画面の広いデバイスでの聴講を推奨します。なお、講義スタイルや使用するアプリケーションは、担当教員によって異なりますので、必ず事前に確認してください。

実務経験の有無及び活用

備考