

講義名	マーケティング・プレゼンテーション論			
担当教員	清水 信年			
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 3時限	授業形態	演習	
履修開始年次	2年生	単位数	2	備考

主題と概要

第一線で活躍するマーケターたちは、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なければ、マーケターの存在価値はないと等しいと言ってもよいでしょう。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。ゼミなどで高品質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えるようになります。

当科目は、オンデマンドでの受講ではこの到達目標を達成することが難しいため、対面クラスでの受講を推奨します。

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。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

ケーススタディやプレゼン披露に対する講評・解説は該当回に必ず行います。

評価の基準

講義内容に関する数回の小レポート提出（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も少ない場合は、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。

新型コロナウイルス感染症の状況によっては、このシラバス記載内容が変更となる可能性があるので注意してください。講義期間中に通学困難となった受講生に対しては、受講を継続できるような措置を個別に講じます。

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。

授業形態（アクティブ・ラーニング）

<input type="radio"/> ア：PBL（課題解決型学習）	<input type="radio"/> 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）
<input type="radio"/> ウ：ディスカッション、ディベート	<input type="radio"/> エ：グループワーク
<input type="radio"/> オ：プレゼンテーション	<input type="radio"/> カ：実習、フィールドワーク
<input type="checkbox"/> キ：その他（A-L型であるけれども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

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

* 講義回の復習：1時間×1回=18時間
* ケース・スタディの復習：1時間×6回=6時間
* プレゼン実習のための準備作業：238時間

合計 308時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

【ブランド戦略コース】
マーケティング現場におけるプレゼンテーションの重要性を理解し、それを実践するための基礎知識の習得ならびにプレゼンテーション実習による提案能力の養成を行います。複数回のケーススタディを通じて、実社会におけるプレゼンテーションの重要性を理解するとともに、受講者自身が将来のマーケティング現場でプレゼンテーションを担当する際のシミュレーションともなります。

【流通ビジネスコース】
マーケティング現場におけるプレゼンテーションの重要性を理解し、それを実践するための基礎知識の習得ならびにプレゼンテーション実習による提案能力の養成を行います。流通システムの理解に関連する内容は取り扱わず、小売業に特化したテーマではありませんが、プレゼンテーションの重要性は小売業においても同様であり、当科目の複数回のケーススタディを通じて、実社会におけるプレゼンテーションの重要性を理解するとともに、受講者自身が将来バイイングなどの業務でプレゼンテーションを経験する際のシミュレーションともなります。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

講義回の大半は座学形式ではないものであり、教員と学生とが直接、双方向のコミュニケーションをとることが前提です。

講義中に行なう小レポートは基本的に、ウェブ上に用意した入力フォームで各自のスマートフォン等を用いて記載していただきます。何らかの事情でそうした機器を使えない受講生には、他の方法を指示します。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり（当科目の内容に関連なし）。

備考