

講義名	対2)教養特講 (マーケティング学科へのいざない)			授業形態	
担当教員	秦 洋二 / 新 雅史 / 後藤 こそ恵 / 清水 信年 / 田中 康仁 / 長坂 泰之 / 羽藤 雅彦 / 瀧 志仁 / 白 貞士 / 三浦 玉緒 / 向山 雅夫 / 村尾 俊一 / 綿貫 真也	開講期・曜日・時限	前期 月曜日 5 時限		
		単位数	2	履修開始年次	1 年生

主題と概要

【対面授業・オンライン共通】
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

【対面授業・オンライン共通】
・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

【対面授業・オンライン共通】
中間レポートと期末レポート
(もしくは中間試験と期末試験。配点はレポートと同じ)

課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバックの方法

【対面授業・オンライン共通】
講義中に地点、講評を行います。

評価の基準

【対面授業・オンライン共通】
中間レポート(もしくは中間試験) 50点
期末レポート(もしくは期末試験) 50点

履修にあたっての注意・助言他

【対面授業・オンライン共通】
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。

参考図書

その他

【対面授業・オンライン共通】
講義連絡を通して資料を配布します。
参考文献は各回の担当者が適宜指示します。

授業計画

- 【対面授業・オンライン共通】
- 1 解題・ガイダンス：秦
 - 2 マーケティングとは：向山
 - 3 マーケティング定義の変遷：白
 - 4 ブランド：後藤
 - 5 消費者の行動：羽藤
 - 6 日本マーケティング大賞に輝く企業：清水
 - 7 サービス・マーケティングとは：三浦
 - 8 買い物とショッピングはどう異なるか：新
 - 9 国際経営とは：瀧
 - 10 ロジスティクス：田中
 - 11 商業とまちづくり：長坂
 - 12 ムムニチャネル・インターネット通販：秦
 - 13 マーケティングとAI・ビッグデータ：綿貫
 - 14 世界をよくなるマーケティング・コミュニケーション：村尾
 - 15 流通・マーケティングの最近の動向：秦

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
キ：その他(A・L型であるけども、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

【対面授業・オンライン共通】
予習：各回のテーマに沿った資料の収集(2時間)
復習：「授業で新たに気付いたこと」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。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

【対面授業・オンライン共通】
本講義の到達目標は、本学ディプロマポリシー「マーケティング動向、流通業界及び関連業界の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけ、これをもとに、マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案ができる」に関連する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

本講義は、原則対面で行いますが、通学困難者向けに別途オンライン講義対応を行います。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

新型コロナウイルス感染症、あるいは授業の状況によりシラバス修正の可能性あります。