

講義名	流通・マーケティング演習 (M2)			授業形態	
担当教員	清水 信年	開講期・曜日・時限	通年 月曜日 3時限		
		単位数	6	履修開始年次	2年生

主題と概要

当演習では、マーケティング論を主題とし、より具体的な修士論文のテーマとしては以下のようなものを想定しています。
 ・商品開発に関する研究・マーケティング戦略に関する研究
 ・インターネットを用いたマーケティングに関する研究
 ・小売業態（スーパーマーケットやコンビニエンス・ストアなど）に関する研究

到達目標

修士論文作成を通じて、問題意識や研究課題の発見、既存研究レビュー、定量的・定性的方法論にもとづく調査・分析、論文での主張表現などについて修得することを旨とします。

提出課題

事前に決められた報告回で、配布資料などと共に研究進捗を報告します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

演習の時間内はもちろん、メールでも質問対応やコメントをします。

評価の基準

修士論文の完成度 100%

履修にあたっての注意・助言他

特になし。

教科書

--	--	--	--	--

参考図書

--	--	--	--	--

その他

授業計画

M1の学生は早い段階で修士論文のテーマを確定し、春休みまでに研究課題を明確化することを目指します。M2の学生は修士論文作成に向けての具体的な研究活動を行い、その進捗報告を高い頻度で行うことにより修士論文を確実に提出することを目指します。

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）	

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

該当なし。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

該当なし。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

該当なし。

実務経験の有無及び活用

該当なし。

備考