

平成26年度授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	ビジネス実務演習A(Seminar of Business Studies A)		授業コード	E004001
担当教員名	梅本 光一 橋本 堅次郎 後藤 幹雄		科目ナンバリングコード	E20209
配当学年	2	開講期	前期	
必修・選択区分	選択	単位数	2	
履修上の注意または履修条件	(1)週2コマなので履修に当たっては必ず双方を登録して下さい。 (2)「全国大学・短期大学実務教育協会」規定により週2コマでも単位は2単位です。			
受講心得	(1)テキストを使用しないので、必ず出席してノートを取って下さい。それが小テスト、レポート作成、期末試験のベースとなります。 (2)小テストは必ず受験して下さい。受験しない場合は単位を取得できないことがあります。 (3)レポートは必ず提出して下さい。提出しない場合は単位を取得できないことがあります。 授業の進め方は、講義を行い、そのあとに課題の提示をします。課題を会議形式で検討し発表します。ビジネス実務に必要な、会議の進め方、考え方、プレゼンテーションを実践的に学びます。			
教科書	なし			
参考文献及び指定図書	「ビジネス実務演習」福永弘之他著(樹村房)、「ビジネス実務総論」全国大学・短期大学実務教育協会編(紀伊国屋書店)、その他、講義で紹介します。			
関連科目	「全国大学・短期大学実務教育協会」認定の「(上級)ビジネス実務士」の資格取得要件の科目全て。 詳細については講義にて説明します。			

授業の目的	この演習は実社会のビジネスに係る実務演習で、ビジネス活動の実践的・具体的内容を習得するものです。また、「全国大学・短期大学実務教育協会」認定の「(上級)ビジネス実務士」の資格取得を目標とします。(資格取得のための詳細な要件については講義で説明します。)受講者全員の資格取得を切望します。
授業の概要	企業と組織、日本経済産業史、労働条件変遷史、業務管理、情報収集、ビジネス文書

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第1週：授業心得、講義・演習の概要説明 この講義・演習の受講心得、目的・到達目標、資格取得の要件と単位数、及び講義・演習の概要について説明します。	
第2週：基本編 ビジネス環境を捉える ビジネス環境(グローバル化社会、高度情報化社会、地球環境問題)と企業経営。現代の社会環境(少子高齢化問題)	
第3週：4P 企業活動の成果を上げる。マーケティング活動の実際。ミニケースの紹介。実務の基本：会議形式による検討。会議の進め方(主要課題：4Pについてproduct price place promotion)。発表(プレゼンテーション)	
第4週：企業の4C 企業活動の成果を上げる。会議形式による課題の検討。実務の基本：会議の進め方。(COMPANY COMPETITOR CUSTOMER) それぞれの特徴と関連性について。ミニケースの検討と発表(プレゼンテーション)	
第5週：プロダクトライフサイクル 企業活動の成果を上げる。会議形式によるプロダクトライフサイクルの検討(導入期、成長期、成熟期、衰退期のそれぞれの特徴とその段階)。実務の基本：会議の進め方。はっぴょう(プレゼンテーション)	
第6週：ステージ管理 プロダクトサイクルの理解。4つのステージの説明とその関連性。それぞれの段階における歩留り率。会議形式により課題の検討。発表(プレゼンテーション)	

<p>第7週：攻める 企業活動の成果を上げる考えた方への理解。LBM、アップセリング、バイラルマーケティング、ワントウワンマーケティング、CRMの用語説明と実践例。会議形式によるケースの検討。発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第8週：攻める 企業活動の成果を上げる考えた方への理解(POP、ブルーオーシャン戦略、差別化、ダイレクトレスポンスマーケティング、ブランド認知、顧客ニーズ、ポジショニングの用語説明と実践例)。会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第9週：攻める 企業成果を上げる考え方への理解。計画的陳腐化、ドア・イン・ザ・フェイス、フット・イン・ザ・ドア、富裕層マーケティング、先発優位、後発優位の用語説明と実践例。会議形式による課題の検討と発表(プレゼンテーション)。</p>	
<p>第10週：攻める 企業成果を上げる考え方への理解。ドミナント戦略、魅力効果、アンカリング、シグナリングの用語説明と実践例。会議形式による課題の検討と発表(プレゼンテーション)。</p>	
<p>第11週：守る 企業成果を上げる考え方への理解。CSR、サイレントマジョリティー、ミステリーショッパー、プロダクトライフサイクル、スイッチングコスト、当たり前品質、インターナルマーケティング、グルーピングインタビュー、トレーサビリティ、カリバリゼーションの用語説明と実践例</p>	
<p>第12週：知る・測る 企業成果を上げる考え方への理解。スワット分析、RFM分析、1対5の法則、2対8の法則、費用対効果、AIDMAの法則、ハインリッヒの法則、スノップ効果、顧客生涯価値の用語の説明と実践例。</p>	
<p>第13週：知る・測る 企業成果を上げる考え方への理解。OEM、CPO、無形資産 用語説明と実践例。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第14週：インターネット 企業成果を上げる考え方への理解。PPC広告、SEO、オプトイン、PV、プロダクトプレイスメント、ドロップシッピング、ポップアップ広告、ロングテール、CGM、マッシュアップの用語説明と実践例</p>	
<p>第15週：実践編 企業成果を上げる考え方への理解。おまけ戦略、ダブルバインド、YES・SET戦略、ハングリーマーケティングの用語説明と実践例</p>	
<p>第16週：販売心理学 仕事の進め方を効果的に考える。営業・販売の現場で使える心理学。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第17週：組織と人間行動 人を生かす考え方を学ぶ。衛生要因と動機付け要因、行動特性。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第18週：戦略 企業の競争対応について考える。企業活動と戦略(プロダクトポートフォリオマネジメント、成長ベクトル、ブルーオーシャン戦略、ポジショニングマップ)。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第19週：ポジショニング戦略 企業の競争上のポジショニング。コトラーの理論を学ぶ(リーダー、チャレンジャー、フォロワー、ニッチャーの戦略)。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第20週：ライフサイクルと販売心理 消費者の行動を学ぶ。ライフサイクルのキャズム、AIDMAのモデル。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	
<p>第21週：広告戦略 消費者行動を喚起する。マーケティング(PUSH戦略とPULL戦略)。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)</p>	

第22週：顧客維持 消費者行動をマネジメントする。CRMの用語説明と実践例。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第23週：関係性マーケティング 消費者との関係を深める。マーケティングの新潮流。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第24週：企業理念 企業の社会的存在と理念。企業理念を考える。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第25週：経営ミッションとビジョン 企業活動の基本になる経営ミッションとビジョンの関係について学ぶ。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第26週：マーケティング・リサーチ お客様や競争相手のニーズや欲求を的確に把握するための考え方と手法を学びます。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第27週：キャリアデザイン① 人的管理について考える。キャリアデザインの考え方。自分のキャリアを考える。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第28週：キャリアデザイン② キャリアデザインを設計する。実際にキャリアデザインを設計してみる。課題の提示と会議形式による検討と発表(プレゼンテーション)		
第29週：総合復習 第28回の演習を行い講義内容の理解度の確認と講義内容の纏めを行います。		
第30週：総合復習 講義・演習全体の総合復習を行うことにより、講義・演習の理解を深めます。		
第31週：期末試験 試験時間は80分、自筆ノートのみ持込可とします。		
第32週：追・再試験またはレポート 時間・要領は試験と同じ。またはレポート課題提出とする場合もある。		
授業の運営方法	(1)授業の形式	「演習等形式」
	(2)複数担当の場合の方式	
	(3)アクティブ・ラーニング	
備考	病欠(病院薬局の領収書)・慶弔(招待状・連絡状)・就活(説明会案内・名刺)・クラブ活動大会参加(欠席届)・その他緊急事態など、合理的理由と証明書があれば、ノートを書き写していることを条件に「欠席」とはせずに「公欠」とします。	

○単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	ビジネス界で働くことは何かを常に問題意識を持って考え取り組むことができる。資格取得のための必要単位取得。
【知識・理解】	ビジネス界で必要とされる社会人としての基礎知識の理解と習得。
【技能・表現・コミュニケーション】	相手の話を理解するとともに自分の考えを正しく相手に理解できるように伝えることができる。
【思考・判断・創造】	常に新しいことに挑戦し、複数の選択枝からベストと思われるものを決断することができる。

○成績評価基準(合計100点)			合計欄	100点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	期末試験・中間確認等 (テスト)	レポート・作品等 (提出物)	発表・その他 (無形成果)	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	10点	10点		
【知識・理解】 ※「専門能力(知識の獲得)」を含む。	15点	15点		
【技能・表現・コミュニケーション】 ※「専門能力(知識の活用)」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	10点	10点		
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	15点	15点		
(「人間力」について)				
<p>※以上の観点到、「こころの力」(自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力)と「職業能力」(職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力)を加えた能力が「人間力」です。</p>				

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安	
成績評価方法	評価の実施方法と達成水準の目安
レポート・作品等 (提出物)	Sレベル: 単位を習得するために到達すべき目標を十分に満たしている。Aレベル: 単位を習得するために到達すべき目標をほぼ満たしている。Bレベル: 単位を習得するために到達すべき目標をかなり満たしている。Cレベル: 単位を習得するために到達すべき目標をやや満たしている。
発表・その他 (無形成果)	