

2021年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	ゼミナールⅡB (SeminarⅡB)		
ナンバリングコード	E21202	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 標準レベル ゼミナール
単位数	2	配当学年 / 開講期	2年 / 後期
必修・選択区分	必修 ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E002566	クラス名	梅本ゼミ
担当教員名	梅本 光一		
履修上の注意、履修条件	考える力、決断する力、人に伝える力をしっかりと学んでください、出席はもちろんのこと積極的に授業に参加してください。発言を重要視します。発言して初めて参加したことになります。		
教科書	とくにありません		
参考文献及び指定図書	コトラー マーケティングマネジメント		
関連科目	マーケティング論 マーケティング戦略演習 サービスマーケティング		

○基本情報	
授業の目的	1. 最終的には卒論を書けるレベルまでなること。 2. 伝えたことを考え、プレゼンする力をつけます。
授業の概要	マネジメントについて演習を通して実践的に学びます。同時にゼミ生の質問や疑問に答えることで知識と人間力を身につけていきます。 期間中に地域との交流を行い、地域への理解を深めるセッションを入れます。 ゼミ以外にも講演会やイベントへの参加を推奨します。
授業の運営方法	(1) 授業の形式 「講義形式」 (2) 複数担当の場合の方式 「該当しない」 (3) アクティブ・ラーニング 「PBL(課題解決型学習)」
地域志向科目	カテゴリー I :ステークホルダーとの協働による課題解決型学修科目
実務経験のある教員による授業科目	本授業に関する実務経験として、百貨店の営業推進部長(営業計画、販促、装飾、カード事業)、取締役営業副本部長に従事。商業施設総支配人として施設の総責任者。

○成績評価の指標		○成績評価基準(合計100点)		
到達目標の観点	到達目標	テスト (期末試験・中間確)	提出物 (レポート・作品等)	無形成果 (発表・その他)
【関心・意欲・態度】	マーケティングに関する関心を持ち、自分自身がマーケティング意欲を持つ。		点	20点
【知識・理解】	マーケティングを実践するにあたり、基本的な知識を理解する。		20点	
【技能・表現・コミュニケーション】	演習を通して、チームマネジメントの技能、チームメンバー同士のコミュニケーション能力を身につける。		点	20点
【思考・判断・創造】	知識と体験の中から、高い概念化能力を身につける。		40点	

○成績評価の補足(具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法)
プレゼンテーションコンテスト順位及び発言点及び出席率で総合評価する。フィードバックについては次回以降の授業中に講評・解説を行う。

○その他
これからのビジネスリーダーは、不確実な環境下で将来を見通すビジョンを持ち、確かな意思決定力と情報分析力を基に成果を出す力が求められます。 企業の生き残りに最も求められている思考方法及び経営技法は、戦略とマーケティング及びマネジメントであり、競争に勝つという戦略と顧客視点に立つというマーケティングの考え方を徹底的に学習し、マネジメントを通して成果を出すことを具体的事例への対処を経験することで実践力を養います。

2021年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画	科目名 担当教員	ゼミナールⅡB (SeminarⅡB) 梅本 光一	授業コード	E002566
学修内容				
1. マーケティング・ビジネス実務検定 世界、日本の現状の課題とは。世界共通の課題とは、日本固有の課題とは何かを明らかにする。少子高齢化の変遷。日本の高齢化と世界の高齢化。高齢化が進むとどのような変化が起きるのか。				
予習	世界、日本の現状の課題とはなにかを文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り 世界、日本の課題をまとめる			約2時間
2. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識1 マーケティングを取り巻く環境の変化 環境はどのように変化しているのか。どのくらいのスピードで進んでいるのか。環境の変化に対応するにはどのようにすればいいのか。				
予習	マーケティングを取り巻く環境の変化について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り 環境の変化についてまとめる。			約2時間
3. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識2 戦略的マーケティングとは何か。コトラーは、戦略的マーケティングについてどのように言っているのか。マーケティングと戦略的マーケティングとはいかに違うのかを学ぶ。				
予習	戦略的マーケティング、コトラーについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り 戦略的マーケティングについてまとめる。			約2時間
4. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識3 マーケティング・マネジメント ドラッカーが言うマーケティング・マネジメントは何か。マーケティングは誰が担当なのか、誰が責任者なのか。どのようにすればうまくいくのかを学ぶ。				
予習	マーケティングマネジメントについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り マーケティング・マネジメントについて学んだことをまとめる。			約2時間
5. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識4 市場細分化 マーケティングのフレームワークで重要なSTP戦略のセグメンテーション(市場細分化)について学ぶ。				
予習	STP戦略、セグメンテーションについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	セグメンテーションについて学んだことをまとめる。			約2時間
6. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識5 マーケティング・リサーチ 製品・サービス開発において必要なマーケティング・リサーチについて学ぶ。事実を知るために対象者をどう設定するのか、質問設計はどうするのかを学ぶ。				
予習	マーケティング・リサーチについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り マーケティング・リサーチについて学んだことをまとめる。			約2時間
7. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識6 消費者行動 消費者は購入をどのようなプロセスで決定するのか。AIDMAの法則、AISASの法則を学ぶ。				
予習	AIDMAの法則、AISASの法則について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り 消費者行動についてまとめる			約2時間
8. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識7 製品戦略 4Pについて Product、Price、Place、Promotionについて学ぶ。特に、製品戦略の中でネーミング、パッケージについて具体的に学ぶ。				
予習	4Pについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	製品戦略 ネーミング・パッケージについてまとめる			約2時間

○授業計画	科目名 担当教員	ゼミナールⅡB (SeminarⅡB) 梅本 光一	授業コード	E002566
学修内容				
9. マーケティング・ビジネス実務検定 マーケティング知識8 価格戦略 プライスゾーン、プライスライン、プライスポイント、名声価格、端数価格などの価格戦略について学ぶ。				
予習	価格戦略について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り 価格設定についてまとめる			約2時間
10. 課題解決型授業 PBL型 地域企業の問題解決手法を学ぶ。課題は何か、起きている問題は何か、問題の原因は何か、その問題をかいけつするためにはどんな対策が良いのかを考える。				
予習	課題解決手法の方法を文献及びインターネットで情報収集			約2時間
復習	課題解決手法の方法をまとめる。			約2時間
11. 課題解決型授業 PBL型 グループディスカッション				
予習	グループ内でディスカッションした内容をまとめる。			約2時間
復習	ディスカッション内容をまとめる。			約2時間
12. 課題解決型授業 PBL型 グループディスカッション				
予習	グループ内でディスカッションした内容をまとめる。			約2時間
復習	ディスカッション内容をまとめる。			約2時間
13. 課題解決型授業 PBL型 グループディスカッション				
予習	グループ内でディスカッションした内容をまとめる。			約2時間
復習	ディスカッション内容をまとめる。			約2時間
14. プレゼンテーション 対象企業へのプレゼンテーション				
予習	プレゼンテーションの練習			約2時間
復習	講評及び他グループのプレゼンテーションから感じたものをまとめる。			約2時間
15. 振り返り 授業及び企業へのプレゼンテーションを通じて学んだものを振り返る				
予習	学んだものをまとめておく			約2時間
復習	800字でレポートにまとめ提出			約2時間
16.				
予習				
復習				