

科目名	専門演習 I Seminar I						
科目担当者	田中 賢一 TANAKA Ken'ichi						
単位数	4	配当年次	2年	授業形態	演習	開講学期	通年
履修学部・学科 [区分]	経営学部・経営学科 [専門教育科目 演習]					ディプロマポリシーとの関連	(3)(4)
授業の概要	<p>前期はマーケティング知識の習得のために事例研究センターで進めていきます。適宜ケーススタディも実施する予定です。前期前半は戦略論（消費者行動分析が中心）について概要を学び、後半ではより具体的な行動に落とし込むためのマーケティング論につなげていきます。基本的にはワークショップ中心の授業となります。後期は前期に学んだ知識を仮想的に実践するために、企業訪問を積極的に実施します。リアルな実践の場で行われているマーケティングを吸収してもらうこととなります。また企業調査研究の結果について、学外等で発表も検討しています。</p>						
授業の到達目標	<p>① 消費者行動を分析するための方法を理解できる。 ② 消費者心理を利用したマーケティング戦略を理解できる。 ③ 企業事例を参考に消費者行動分析を理解できる。</p>						
授業計画・内容	1	ガイダンス・前期計画説明	16	後期計画説明			
	2	消費者行動分析（1）ザイアンス	17	企業研究（1）訪問準備①			
	3	消費者行動分析（2）損失回避	18	企業研究（2）訪問準備②			
	4	消費者行動分析（3）ザッツノットオール	19	企業研究（3）企業訪問			
	5	消費者行動分析（4）無料→有料	20	企業研究（4）訪問総括			
	6	消費者行動分析（5）フットインザドア	21	消費者行動分析（14）ツァイガルニク			
	7	消費者行動分析（6）松竹梅	22	消費者行動分析（15）権威効果			
	8	消費者行動分析（7）保有効果	23	消費者行動分析（16）非合理性1			
	9	消費者行動分析（8）最小単位	24	消費者行動分析（17）非合理性2			
	10	消費者行動分析（9）同調性	25	消費者行動分析（18）誘引効果1			
	11	消費者行動分析（10）アップセル	26	消費者行動分析（19）誘引効果2			
	12	消費者行動分析（11）クロスセル	27	消費者行動分析（20）妨害効果1			
	13	消費者行動分析（12）相対比較	28	消費者行動分析（21）妨害効果2			
	14	消費者行動分析（13）価格について	29	消費者行動分析（22）妨害効果3			
	15	前期まとめ	30	1年間のまとめ			
授業外学修 (事前学修)	毎回、授業範囲を予習し、専門用語の意味等をあらかじめ調べておきましょう（毎週2時間程度）						
授業外学修 (事後学修)	毎回、授業内容について要点を整理し、不明な箇所を調べておきましょう（毎週2時間程度）						
成績評価方法・ 評価比率・到達 目標との対応	成績評価方法				評価比率	到達目標との対応	
	授業への参加態度・貢献度				100%	①、②、③	
成績評価基準	<p>秀：（評点 90 点以上）到達目標を極めて高い水準で達成している場合 優：（評点 80 点～89 点）到達目標を高い水準で達成している場合 良：（評点 70 点～79 点）到達目標を一定の水準で達成している場合 可：（評点 60 点～69 点）到達目標を最低限の水準で達成している場合 不可：（評点 60 点未満）到達目標に達していない場合</p>						
教科書	資料を配布します。						
参考文献	なし						
その他	なし						