

科目名	専門演習 I Seminar I						
科目担当者	日高 光宣 HIDAKA Mitsunori						
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	前期はテキスト『どうすれば、売れるのか』の精読を行いながら、随時、ケーススタディに取り組む。後期はテキストの精読とともに、産業界と連携してマーケティング・リサーチの実施・分析、マーケティング戦略の策定と実践に取り組む。このワークを通じて、実践的企画力とコミュニケーション力の鍛錬を図る。						
授業の到達目標	① マーケティング基礎理論の習得。 ② 産学連携プロジェクトを通じて、現場力の養成と、時代の変化に即時対応できる強靱なビジネスリーダーの育成に取り組む。						
授業計画・内容	1	マーケティングとは	16	テキスト精読「売れるコンテンツを作る」③			
	2	テキスト精読「売れるモノの法則」①	17	産学連携プロジェクト・グループワーク①			
	3	テキスト精読「売れるモノの法則」②	18	産学連携プロジェクト・グループワーク②			
	4	テキスト精読「売れるモノの法則」③	19	産学連携プロジェクト・グループワーク③			
	5	テキスト精読「売れるモノの法則」④	20	産学連携プロジェクト・グループワーク④			
	6	テキスト精読「売れると売れないの違い」①	21	産学連携プロジェクト・グループワーク⑤			
	7	テキスト精読「売れると売れないの違い」②	22	産学連携プロジェクト・グループワーク⑥			
	8	テキスト精読「売れると売れないの違い」③	23	産学連携プロジェクト・グループワーク⑦			
	9	テキスト精読「売れると売れないの違い」④	24	産学連携プロジェクト・グループワーク⑧			
	10	テキスト精読「売れるコンテンツ4条件」①	25	産学連携プロジェクト・グループワーク⑨			
	11	テキスト精読「売れるコンテンツ4条件」②	26	産学連携プロジェクト・グループワーク⑩			
	12	テキスト精読「売れるコンテンツ4条件」③	27	産学連携プロジェクト・グループワーク⑪			
	13	テキスト精読「売れるコンテンツ4条件」④	28	産学連携プロジェクト・グループワーク⑫			
	14	テキスト精読「売れるコンテンツを作る」①	29	研究発表会			
	15	テキスト精読「売れるコンテンツを作る」②	30	まとめ			
授業外学修 (事前学修)	春学期は文献をきちんと読み、また、毎回、なんらかのコメントを事前に考えておくこと。秋学期については、プロジェクトテーマに基づき、自身の調査を進め、担当回にしっかりとした報告をできるようにしておくこと（毎回2時間程度）。						
授業外学修 (事後学修)	マーケティング戦略に関するプレゼンテーション資料作成（60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	
	プロジェクト関与 プレゼンテーション				50% 50%	① ②	
成績評価基準	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						
教科書	木暮太一著『どうすれば、売れるのか』（ダイヤモンド社）						
参考文献							
その他							