

科目名	専門演習 I Seminar I						
科目担当者	本村 信一 MOTOMURA Shinichi						
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>・専門演習 I において、ニューロマーケティングに関する基礎的な学習と事例調査、実験と発表を行う。ニューロマーケティングとは、脳科学の知見を活用して消費者の心理や行動原理を分析し、マーケティング施策の立案に役立てる手法のことである。そのため、経済学や心理学はもとより、脳科学の基礎についても解説を行い、簡易脳波計やアイトラッカー（視線分析機器）を使用した実験も予定している。さらに、ニューロマーケティングの成功例や問題点などの事例も取り上げ、理論と実践の両面から考察を行う。</p> <p>・実験に関しては上位学年（演習 II・III）とも連携して実施したい。</p>						
授業の到達目標	<p>① 座学と実験に基づいたニューロマーケティングに関するプレゼンテーション（年2回）により、ニューロマーケティングに関する基礎を理解する。</p> <p>② ニューロマーケティングを中心とした心理学、脳科学などに関する座学（講義形式）と脳波・視線分析実験により、主体的な学習姿勢の醸成と、深く“考える力”の習得を目標とする。</p>						
授業計画・内容	1	ガイダンス	16	視線分析とマーケティング 1			
	2	ニューロマーケティングの概要	17	視線分析とマーケティング 2			
	3	ニューロマーケティング最新事例と問題点	18	視線分析機器の原理			
	4	生体情報の基礎知識	19	視線分析機器の操作 1			
	5	脳波の基礎	20	視線分析機器の操作 2			
	6	脳波計の操作	21	ニューロマーケティング視線分析実験の立案			
	7	ニューロマーケティング脳波実験の立案	22	ニューロマーケティング視線分析実験の計画			
	8	ニューロマーケティング脳波実験の計画	23	ニューロマーケティング視線分析実験 1			
	9	ニューロマーケティング脳波実験 1	24	ニューロマーケティング視線分析実験 2			
	10	ニューロマーケティング脳波実験 2	25	ニューロマーケティング視線分析実験 3			
	11	ニューロマーケティング脳波実験 3	26	視線分析実験のデータ分析 1			
	12	脳波実験データの分析 1	27	視線分析実験のデータ分析 2			
	13	脳波実験データの分析 2	28	プレゼンテーション準備			
	14	プレゼンテーション準備	29	プレゼンテーション			
	15	プレゼンテーション	30	総括			
授業外学修 (事前学修)	<p>・毎回の授業の範囲をテキスト等の熟読で予習し、理論の内容や専門用語の意味等を調べる(毎週 2 時間程度)。</p>						
授業外学修 (事後学修)	<p>・毎回の授業後の内容をテキストや配布されたスライド等で復習し、理論の内容や専門用語の理解を深める(毎週 2 時間程度)。</p>						
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	
	<p>・ニューロマーケティングに関して、半期 1 回（年間 2 回）の発表を行う。</p> <p>・脳波／視線分析実験において積極的な質問、提案、検討結果の発言による専門演習への貢献を行う。</p>				70%	①	
				30%	②		
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	オリジナル資料を使用して演習を行う。						
参考文献	竹村和久，ニューロマーケティングと意思決定研究，オペレーションズ・リサーチ，61(7)，pp.429-434(2016)						
その他							