

科目名	専門演習Ⅱ Seminar II						
科目担当者	日高 光宣 HIDAKA Mitsunori						
単位数	4	配当年次	3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	前期の前半は多様な小売実態におけるインスタ・マーケティングについて、具体的事例をもとにその理論と実践を習得する。前期後半は、産学連携プロジェクトの企画・運営に向けたマーケティング戦略の作成と実践を行う。						
授業の到達目標	① 小売のマーケティング理論の習得。 ② 産学連携プロジェクトの企画・運営を通じて、現場で問題を発見、解決しながら、ビジネスリーダーとして必須な知識とスキルを身に付ける。						
授業計画・内容	1	小売業の販売形態：有店舗販売と無店舗販売	16	地域創生プロジェクト・グループワーク（7）			
	2	買いやすい売り場づくり	17	地域創生プロジェクト・グループワーク（8）			
	3	陳列の基本的条件	18	地域創生プロジェクト・グループワーク（9）			
	4	販売形式の基礎知識	19	地域創生プロジェクト・グループワーク（10）			
	5	ビジュアル・プレゼンテーション	20	地域創生プロジェクト・グループワーク（11）			
	6	カラー・マーチャンダイジングの基礎知識	21	地域創生プロジェクト・グループワーク（12）			
	7	売り場におけるリ・エンジニアリング	22	地域創生プロジェクト・グループワーク（13）			
	8	ストア・キーピングの重要性	23	地域創生プロジェクト・グループワーク（14）			
	9	買わせるPOP広告の手法	24	地域創生プロジェクト・グループワーク（15）			
	10	地域創生プロジェクト・グループワーク（1）	25	地域創生プロジェクト・グループワーク（15）			
	11	地域創生プロジェクト・グループワーク（2）	26	地域創生プロジェクト・グループワーク（16）			
	12	地域創生プロジェクト・グループワーク（3）	27	地域創生プロジェクト・グループワーク（17）			
	13	地域創生プロジェクト・グループワーク（4）	28	地域創生プロジェクト・グループワーク（18）			
	14	地域創生プロジェクト・グループワーク（5）	29	地域創生プロジェクト・発表会			
	15	地域創生プロジェクト・グループワーク（6）	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%	①②	
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							