

2025 年度 高大接続に伴う科目等履修生 募集要項

1. 募集学部

- ① 経営学部（自由が丘キャンパス）
- ② 情報マネジメント学部（湘南キャンパス）

2. 対象者

2025 年度に高等学校に在籍する者で、学校長または進路指導の責任者から承認のある者

3. 申込期間

2025 年 4 月 18 日（金）～5 月 16 日（金）

4. 申込手続き

期間内に、以下の手続きを行ってください（期間内必着）

提出物	提出者	備考
申込 フォーム	履修者 本人	下記 URL より、履修者本人が登録（オンライン登録） <URL> https://entry.s-axol.jp/sanno/?f=954 ※右記 QR コードからも読み取り可能 ※授業期間に緊急連絡が生じた場合、メールにて個別連絡、 申込時に登録するメールアドレスは、授業期間内に受信できるものにすること
写真	履修者 本人	縦 3cm×横 2.5cm （正面上半身・脱帽・背景なし・最近 3 カ月以内の撮影） 申込フォームを登録後、写真データを下記メールアドレス宛にメール添付のうえ送信 <メールアドレス> kikaku@hj.sanno.ac.jp ※メール添付の際は件名を「2025 年 科目等履修生 写真送付」とし、 本文に「氏名」「高校名」「学年」を記載し写真データを添付し送信すること ※写真は科目等履修生証に使用します
推薦書	高等学校 教員	高等学校の担当者より、本学へ提出 ※履修希望者は、担当教員へ申告すること

5. 選考方法および結果通知について

提出書類について選考のうえ履修の可否を決定し、2025 年 5 月 20 日（火）～5 月 23 日（金）の期間内に在籍する高等学校を通じて結果を通知します

6. 履修登録料 500 円

授業時の事故等に備える保険料、科目等履修生証の交付費、資料印刷費を含む

※初回授業時に現金で納入

※申込料および履修費用は免除、履修に伴うテキスト代が生じた場合は実費負担

7. 入学後の単位認定について

産業能率大学に入学した場合、入学後の申請に基づき、経営学部で修得した単位は経営学部で、情報マネジメント学部で修得した単位は情報マネジメント学部の卒業単位として認定されます

※経営学部で修得した単位は情報マネジメント学部の卒業単位として認定できません

※情報マネジメント学部で修得した単位は経営学部の卒業単位として認定できません

8. 【科目概要】

項目	内容	
科目名	社会を動かすマーケティング	
設置学部	経営学部（1 年次配当科目）	情報マネジメント学部（1 年次配当科目）
科目担当教員	田中 彰夫 教授 杉田 一真 教授	松岡 俊 教授
配当期	2025 年 前学期（授業は 2025 年 5 月 30 日開始）	
授業日程	5/30(金)、6/6(金)、6/13(金)、6/20(金)、6/27(金)、7/11(金) ※金曜日開催は 5 限開講 7/13(日)、7/20(日) ※集中講座として開講	
授業時間	5 限(17:30～19:10)/会場:自由が丘キャンパス 集中講座(9:30～18:30)/会場:自由が丘キャンパス	5 限(18:00～19:40)/会場:ユニコムプラザ相模原 集中講座(9:00～16:55)/会場:湘南キャンパス
履修単位	2 単位	
授業の狙い	ケース研究を通じて「人はどんなときに心が動くのか」というマーケティング心理学の基礎理論を学び、「どうすれば人の心を動かせるのか」「人の心を動かす仕組みづくり」について学習する。理論学習と演習を効果的に組み合わせて、自ら知識を獲得し、自ら行動できるマーケットターになるための基礎力を養成する。	
授業の概要	現在、マーケティングの知識とスキルはビジネス分野だけでなく、学校や病院、NPO、政府や自治体、国際機関など幅広いソーシャル分野で必要とされるようになり、マーケティングの世界が急速に広がってきている。 それに伴い、マーケティングは「売れる仕組みづくり」と定義されることが一般的であったが、「心を動かし行動を促す仕組みづくり」というように定義が変わってきている。 授業では、まず人の心理に関するこれまでの研究成果を概観、基礎的なマーケティング知識を獲得し、自ら人々の心理を汲み取りマーケティングに活かすマーケティング思考力についてトレーニングしていく。 授業は、①ケース研究→②理論学習→③応用演習という流れで構成する。 ①ビジネス分野で人の心理を汲み取り、消費者の興味関心を惹きつけたり、購買に結び付けたりしている事例を学習する。 ②取り上げた事例に用いられているマーケティングの基礎理論を学習する。 ③学習した理論が、社会課題の解決（ソーシャル分野）に活かされている事例を学習する。 さらに夏季の集中授業では、理論を応用し身近な課題を解決する方法をグループで検討する。	
到達目標	・消費者等の心理を汲み取り成果をあげているビジネスおよびソーシャル分野における代表的な事例を知っている。 ・消費者等の心理に関する基礎的な理論に関する知識を修得している。 ・身近な社会課題に関して、学修した理論・事例の知識を活用して解決策を提案することができる。	
授業形式	対面形式 ※履修にあたり PC、タブレット、スマートフォンのいずれかの機器を持参	
成績評価	出席およびオンラインで提出するレポート等により総合的に評価されます。	

9. その他

- (1)対象科目は、学部学生と一緒に履修します
- (2)科目等履修生証を提示することにより産業能率大学図書館を利用可能です
- (3)成績は、本学の入学選抜には利用しません