

産業能率大学 情報マネジメント学部

マーケティングフィールドワーク	履修年次	3・4	
	単位	2	
松岡 俊	配当期	後	
	授業方法	演習 / 対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>講義では、「濃厚さ」「経験・体験型ミュージアムファクトリー」の開発コンセプトから最新のマーケティング理論を学習する。また、マーケティングの底流にある「消費」とはそもそも何なのか。ジャン・ボードリアール、佐伯啓思、アンドレ・オルレアン消費理論を概観しながら効用や労働といった視点以外の視点から消費について広く考える。</p> <p>講義以外に土日を利用したフィールドワークを2回実施予定である。必ず参加することが単位取得の条件である。</p> <p>フィールドワークの事前研究では文化人類学の分野でこれまで蓄積されてきたエスノグラフィーの手法とショッパーマーケティングで行われている行動観察の手法の理解を深めるとともに「観察する力」「質問する力」向上のためのワークショップを行う。</p> <p>フィールドワークの成果は、グループワークを通して発表する。</p> <p>尚、外部講師による特別授業があります。また授業外学習の指示・提出は manaba で行う。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・観察力と質問力に関する基本的な理解とスキルを身につけている。 ・授業で学んだ枠組みを使い、身近な商業施設に関して簡単な分析ができる。 ・フィールドワークの習慣を日常的にも活用できる。 			
成績評価の方法			
出席、フィールドワークへの参加、授業外学習、課題で総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション	8	フィールドワークの知識とスキル、VISM
2	マーケティング理論の現在 1 濃厚商品の分析	9	フィールドワークの知識とスキル、動線長と滞在時間
3	消費理論の現在	10	フィールドワークの知識とスキル、購買の計画性
4	フィールドワークと質的調査	11	ショッピングモール・フィールドワークの事前説明
5	ショッピングモールの現在	12	フィールドワークのまとめと発表準備
6	ショッピングモールでのフィールドワークに必要な知識とスキル	13	フィールドワークのまとめと発表
7	フィールドワークの知識とスキル、ISM	14	外部講師による講義