

産業能率大学 経営学部

マーケティング・プロジェクト	履修年次	3
	単位	4
豊田 雄彦、荒井 明、加藤 肇、木村 剛、小々馬 敦、高畑 泰、中島 智人、外尾 秀人、松尾 尚、横井 真人	配当期	通年
	授業方法	演習/対面
<b>授業の内容</b>		
<p>[授業の概要]</p> <p>本科目はゼミ別に行われ、ゼミの指導教員がそれぞれ設定したマーケティングに関する課題について、取り組んでいくことになる。ゼミによっては、PBL に取り組んだり、発表会を行ったり、フィールドワークを行ったり、更なる基礎理論の修得を図るなどその研究内容は様々である。これらのゼミの活動を通して、「学生時代に何をしてきたか」「何ができるか」といった「自分の強み」をつくり、自信を持って伝えられるようにしてほしい。</p> <p>以上の目的から本講義は通年で実施する。3 年次ゼミで行う「現代ビジネスの理解」「優良企業・成長企業の研究」を踏まえて、より専門的な課題に取り組むことで、高度な専門的な知識の習得を目指す。単に講義に参加するだけでなくグループ毎にそして個人でも積極的に授業外でリサーチやディスカッションを行うことが要求されるので、履修者には積極的な姿勢で講義に臨んでもらいたい。</p>		
<b>この科目の到達目標</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・与えられた課題について、マーケティングの考え方に基づいて「論理的に」思考することができる。</li> <li>・与えられた課題について、わかりやすく、まとまったプレゼンテーションを行うことができる。</li> <li>・活動を通じて、社会人として必要な素養を身に付け、資質・能力を高め、スキルを磨くことができる。</li> </ul>		
<b>成績評価の方法</b>		
授業出席、授業外学習、課題提出について下記の割合から総合的に評価する。		
週	授業項目	
第 1 週	<p>「前学期オリエンテーション」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・科目の目的・内容・方法、単位認定方法の確認</li> <li>・活動内容の説明、活動目標及び実施計画の確認</li> <li>・学期初めに行うこと、毎週行うこと、毎日行うことの確認</li> <li>・研究スケジュールの確認</li> </ul>	
第 2～13 週のうち 1～2 週分	<p>「研究課題の理解」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報収集、活動計画立案、実施、成果報告・討論 (詳細は右ページ参照)</li> </ul>	
第 2～13 週のうち 8～10 週分	<p>「研究課題」に関するゼミ活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各教員の指示にしたがい、個人・グループでの研究活動(情報収集、活動計画立案、実施、成果報告・討論など)を実施する。</li> </ul>	
第 2～13 週のうち 1～2 週分	<p>「中間成果報告」(前期のまとめ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前期の活動内容についてまとめ、発表する。発表方法については各教員の指示を仰ぐこと。</li> <li>・発表内容については教員から指示された方法で提出する。</li> <li>・後期に向けた課題の設定、計画の確認を行う。</li> </ul>	
第 15 週	<p>「後学期オリエンテーション」</p> <p>科目の目的・内容・方法、単位認定方法の確認 活動内容の説明、活動目標及び実施計画の確認 学期初めに行うこと、毎週行うこと、毎日行うことの確認 研究スケジュールの確認</p>	
第 16～27 週のうち 8～10 週分	<p>「研究課題」に関するゼミ活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各教員の指示にしたがい、個人・グループでの研究活動(情報収集、活動計画立案、実施、成果報告・討論など)を実施する。</li> </ul>	
第 16～27 週のうち 1～2 週	<p>「最終成果報告」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前期の活動内容についてまとめ、発表する。発表方法については各教員の指示を仰ぐこと。</li> <li>・発表内容については教員から指示された方法で提出する。</li> <li>・後期に向けた課題の設定、計画の確認を行う。</li> </ul>	
第 28 週	<p>まとめ： 活動実績、成果のまとめ 課題の提出</p>	