

科目	ゼミナール I (G)	担当	堀川 宣和	履修学年	3年
時間数	90分×時限×16回(週1回)	履修区分	必修	単位数	2単位

【授業目標・到達目標】

現代のような激しい市場の変化の中でモノを売っていくことは大変難しい事ことです。しかし、モノを売ることは企業にとって非常に重要なことなのです。本ゼミナールでは、マーケティングの知識もさることながら、マーケティング的な思考もしっかりと身につけてもらいます。そのようなマーケティングの知識を実践に応用していけるようになることはみなさんの将来にとって非常に有効的だと確信します。そのような人材は常に不足しており、今後増々世の中で必要とされています。

本講義はマーケティングに関する書籍を読み、グループごとにその要約についてプレゼン準備を行い、プレゼンを実際に行うものである。マーケティングの基礎を学び、読書を行い、理解を深め、プレゼン能力を上げるものである。

【履修注意】

プレゼンは発表するだけでなく、他のグループの採点も行うので、欠席は厳禁である。

【評価方法】

出席:50 点、プレゼン発表:50 点

【試験について】

試験はしない。プレゼンの発表書類を提出

再試験対象者の条件: なし

【予習・復習】

マーケティングに関する書籍の読書、プレゼンの準備

【教科書】

なし

【参考書】

なし

【その他の注意事項】

【授業計画・内容】

回数	項目	内容
1	オリエンテーション	本ゼミナールの説明
2	マーケティング	マーケティングの基礎の復習
3	プレゼンテーション指導	プレゼン方法
4	発表	グループごとの発表
5	発表	グループごとの発表
6	グループごとのディスカッション	プレゼンの準備
7	発表	グループごとの発表
8	発表	グループごとの発表
9	グループごとのディスカッション	プレゼンの準備
10	発表	グループごとの発表
11	発表	グループごとの発表
12	論文作成指導	論文作成の基礎講義
13	論文内容考案	卒業論文の中身についてディスカッション
14	論文概略発表	卒業論文についての概略について発表し意見交換する
15	論文概略発表	卒業論文についての概略について発表し意見交換する
16	論文概略発表	卒業論文についての概略について発表し意見交換する