

科目	ゼミナールⅡ(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。

本講義はゼミ1で学んだ知識と論文概略をもとに

研究論文に関する書籍を集め、読み、発表しながら、論文の完成度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】

卒業論文に関する書籍を調査、熟読、まとめる。

【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	卒業論文完成についての流れについての説明
2	参考文献の調査1	インターネットを使って調査を行う
3	参考文献の調査2	実際に図書館に行くなど実地で探す
4	発表	論文グループごとの発表
5	発表	論文グループごとの発表
6	仮説の再考1	参考文献の調査による論文の内容の修正などを考案する
7	仮説の再考2	それをもとに参考文献をさらに集める
8	発表	論文グループごとの発表
9	発表	論文グループごとの発表
10	論文の調査内容における検討1	どうやって仮説を証明するか考える
11	論文の調査内容における検討2	どうやって仮説を証明するか考える
12	発表	論文グループごとの発表
13	発表	論文グループごとの発表
14	まとめ	今までの調査をまとめる
15	来年度の計画を明確にする	来年以降のスケジュールを明確にする
16	卒業論文発表会に出席	先輩の発表をよく聞く