

授業科目名	【G】 特殊講義(経営学概論Ⅱ)		区分	開講年次	【G】2	単位数	【G】2	
			選択					
科目区分	専門科目							
授業形態	対面授業							
担当形態	単独							
施行規則に定める科目区分又は事項等								
サブタイトル	マーケティングとは何か				担当者	野呂 一郎		
授業概要	【概要】	後期は前期で学んだ教科書の知識をフルに活用し、教科書で扱っていないマーケティングを中心に講義する。前期で学んだ管理が経営が守りだとすると、後期で学ぶマーケティングは攻めともいえる。経営学は守りと攻めのバランスが大事である。また前期で十分に触れられなかった財務(損益分岐点分析含む)、IT、生産管理等について講義するとともに、企業の最新事例を多く取り上げ、前期で学んだ理論の応用を試みる。						
	【到達目標】	経営戦略に基づいた、マーケティング計画を詳細に構築できる能力獲得を目指す						
履修条件	教科書は絶対的な基本知識である。必ず購入すること							
アクティブラーニングの方法	【-】	事前学習型	【-】	反転授業	【-】	調査学習	【-】	フィールドワーク
	【-】	双方向アンケート	【-】	グループワーク	【-】	対話・議論型授業	【-】	ロールプレイ
	【-】	プレゼンテーション	【-】	模擬授業	【-】	PBL	【-】	その他
ディプロマ・ポリシーとの関連性	DP(ディプロマ・ポリシー)①	- (当てはまらない)						
	DP(ディプロマ・ポリシー)②	- (当てはまらない)						
	DP(ディプロマ・ポリシー)③	◎ (よく当てはまる)						
	DP(ディプロマ・ポリシー)④	- (当てはまらない)						
他科目との関連性	野呂の経営学科目は相互に密接な関連性があり、複数の科目履修をすればするほど、相乗効果を生む。できるだけ、多くの経営学科目を履修することを勧める。							
教科書	なし。毎回の授業のファイルをClassroomにアップする							
参考書	「ナウエコノミー ー新・グローバル経済とは何かー」学文社 野呂一郎著							
評価方法	受講態度、確認テスト等の結果を総合考慮して成績を評価する。(受講態度30%・学習到達度の確認テスト70%)確認テストは概念を適切に理解して、自分の言葉で表現しているかを主にチェックする。							
フィードバック方法	教員が採点・評価をした課題、小テストやレポートを返却する。							
評価基準	上記授業内容について、これをよく理解し、適切に表現できた者にはその程度に応じて「S」または「A」を与える。単元の内容についての理解や表現に何らかの不適切な点がある者はその程度に応じて「B」または「C」とし、単元の内容についての理解自体が不十分な者はその程度に応じて「D」または「E」とする。なお、試験欠席など、評価不能の場合には「F」とする。							

授業科目名	【G】 特殊講義（経営学概論Ⅱ）	区分	開講年次	【G】2	単位数	【G】2
		選択				
授業回数	授業内容					
1	ガイダンス—本講義のすすめ方— マーケティング理解に必要な最新マクロ環境を解説する 予習： 講師作成資料を読んでくる(計120分程度) 復習： 現在の企業の在り方と講義の内容を対比する(計120分程度)					
2	マーケティング① マーケティングとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
3	マーケティング② 消費者とは何か ～現代の市場を理解する～ 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
4	マーケティング③ セグメンテーションとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
5	マーケティング④ ターゲティングとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
6	マーケティング⑤ポジショニングとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
7	マーケティング⑥マーケティング戦略の構築 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
8	マーケティング⑦最新マーケティング E-マーケティングとは何か 予習： 配布資料熟読/予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
9	マーケティング⑧最新マーケティング フェイスブック・マーケティングとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
10	マーケティング⑨新製品開発プロセス 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
11	マーケティング⑩マーケティング最新事例紹介 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
12	生産管理入門 5Sとは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
13	生産管理入門 ラインの効率 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
14	財務管理入門 損益分岐点とは何か 予習： 配布資料熟読 / 予告企業事例を考える(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
15	総括と学習到達度の確認テスト 予習： 教科書のこれまでの講義のレビュー(計120分程度) 復習： 学説・事例の再理解/提示事例の再検討(計120分程度)					
その他	野呂は毎日noteに世界経済の最新情報を紹介、分析する記事を書いています。 ぜひ皆さんも https://note.com/noroichiro/ で毎日見て下さい。必ずこの科目の勉強に役に立ちます。					