

科目名		演習Ⅱ（マーケティング論）	
担当教員	張 華	科目区分	演 習
開講区分	通 年	単 位 数	4 単 位
曜日時限	木曜・2時限	開講年次	2 年
到達目標	本演習は、流通・マーケティングの諸現象に関するケーススタディを行い、ディスカッションを通じて、自分の考えをしっかりと磨くという思考プロセスを積み重ねることで、流通・マーケティングに関する知識だけでなく、実践的な意思決定能力やコミュニケーション能力を高めることを目指す。		
授業概要	具体的な授業内容については、ゼミ生としっかりと相談したうえで、決定することにするが、1つの案として、具体的な企業ケースを利用して、ディスカッションを行うことを検討している。たとえば、具体的な流通やマーケティングの課題について、自分ならどうするか？という問いに答えていくことで、実践的なノウハウが習得できると考える。		
授業計画			
回数	内 容		
第 1 回	オリエンテーション		
第 2 回	修士論文のテーマと問いを決める①		
第 3 回	修士論文のテーマと問いを決める②		
第 4 回	修士論文のテーマと問いを決める③		
第 5 回	修士論文のテーマと問いを決める④		
第 6 回	資料収集&リサーチ①		
第 7 回	資料収集&リサーチ②		
第 8 回	資料収集&リサーチ③		
第 9 回	資料収集&リサーチ④		
第 10 回	各自の修士論文の研究計画の発表・議論と講評①		
第 11 回	各自の修士論文の研究計画の発表・議論と講評②		
第 12 回	各自の修士論文の研究計画の発表・議論と講評③		
第 13 回	各自の修士論文の研究計画の発表・議論と講評④		
第 14 回	各自の修士論文の研究計画の発表・議論と講評⑤		
第 15 回	前期のまとめ		
第 16 回	方法論の決定&執筆の準備①		
第 17 回	方法論の決定&執筆の準備②		
第 18 回	方法論の決定&執筆の準備③		
第 19 回	方法論の決定&執筆の準備④		
第 20 回	修士論文の発表①		
第 21 回	修士論文の発表②		
第 22 回	修士論文の発表③		
第 23 回	修士論文の発表④		
第 24 回	中間発表		
第 25 回	修士論文の発表⑤		
第 26 回	修士論文の発表⑥		
第 27 回	修士論文の発表⑦		
第 28 回	修士論文の発表⑧		
第 29 回	最終発表		
第 30 回	後期のまとめ		
準備学習等 ( 課題・予習・ 復習・調査等 )	前期・後期に各自に読むべき論文や書籍を指示するので、必ずゼミ発表前に読むこと。		
評価方法・基準 ・講評の方法	4回のレポート（100%）で評価する。 ゼミ時に、それぞれのレポート内容について講評する。		

テキスト・参考書	石井淳蔵・嶋口充輝・栗木契・余田拓郎(2013)『ゼミナール・マーケティング入門』、日本経済新聞社 フィリップ・コトラー (2010)『コトラーのマーケティング3.0～ソーシャル・メディア時代の新法則～』、朝日新聞出版社
前年度の授業をふまえた今年度の授業方針	双方向性をもっと重視する。
学生へのメッセージ	自ら目標設定して、楽しくて社会に役立つ研究をやっていこう。
授業に参考となるサイト	
関連する画像	
その他・備考	