

大阪情報コンピュータ専門学校 授業シラバス (2024年度)

| | | | | | | | | | | |
|----------------|--|---|-----------|------|-------------|-------|---------|-----|----|----|
| 専門分野区分 | 経営学 | 科目名 | マーケティング論Ⅱ | | | 科目コード | T1880A1 | | | |
| 配当期 | 後期 | 授業実施形態 | 通常 | | | 単位数 | 2 単位 | | | |
| 担当教員名 | 高岸 義 | 履修グループ | 2H(BI/BO) | | | 授業方法 | 講義 | | | |
| 実務経験の内容 | 大学院商学研究科修士課程で学位取得後、会計事務所で約2年間、経理を中心に顧問先の経営支援業務に従事した。その後、大学院商学研究科博士課程で単位取得、研究生を経て、大学、専門学校で約25年、講師としてマーケティング及び経営学分野の科目を担当している。講義においては、理論的な内容だけではなく実務経験を活かして、実践的な内容も含め教授する。 | | | | | | | | | |
| 学習一般目標 | マーケティングの理論的な内容だけではなく、実践的な内容を修得することを目標とする。 | | | | | | | | | |
| 授業の概要および学習上の助言 | マーケティングに関する正しい理解が得られるよう、概念、機能、構造、過程、環境などの基礎知識を理解したうえで、マーケティング活動がどのような構成要素のもとに、いかなる環境のもとで、いかに決定が行われるかを、現実の諸問題を含めて実践的な内容で学んでいく。また、就職や大学編入に役立つ内容にもなっている。 | | | | | | | | | |
| 教科書および参考書 | 「プレステップ マーケティング<新版>」弘文堂、「これだけは知っておきたい『マーケティング』の基本と常識[改訂版]」フォレスト出版、「日経ビジネス」(プリント配布) | | | | | | | | | |
| 履修に必要な予備知識や技能 | 日頃から、新聞や経済雑誌など読む習慣を身につけ、世の中の動向に関心を持って欲しい。 | | | | | | | | | |
| 使用機器 | | | | | | | | | | |
| 使用ソフト | | | | | | | | | | |
| 学習到達目標 | 学部DP(番号表記) | 学生が到達すべき行動目標 | | | | | | | | |
| | 1 | マーケティングの基礎用語を説明することができる。 | | | | | | | | |
| | 1/3 | マーケティングにおける実践的な内容を理解することができる。 | | | | | | | | |
| | 2 | マーケティングの知識を活用して問題に対応することができる。 | | | | | | | | |
| | 3/5 | 講義に意欲を持って取り組むことができる。 | | | | | | | | |
| | 5 | 正しい知識を理解し活用することから、就職活動、大学編入試験に自信を持って取り組むことができる。 | | | | | | | | |
| 達成度評価 | 評価方法 | 試験 | 小テスト | レポート | 成果発表(口頭・実技) | 作品 | ポートフォリオ | その他 | 合計 | |
| | 学部DP | 1.知識・理解 | 40 | | | | | | | 40 |
| | | 2.思考・判断 | 30 | | | | | | | 30 |
| | | 3.態度 | | | | | | | 10 | 10 |
| | | 4.技能・表現 | | | | | | | | |
| | | 5.関心・意欲 | | | | | | | 20 | 20 |
| 総合評価割合 | 70 | | | | | | 30 | 100 | | |
| 評価の要点 | | | | | | | | | | |
| 評価方法 | 評価の実施方法と注意点 | | | | | | | | | |
| 試験 | 定期試験期間中に筆記試験を実施する。 | | | | | | | | | |

| | |
|-------------|---------------------------|
| 小テスト | |
| レポート | 毎回、簡単な課題を行う。 |
| 成果発表(口頭・実技) | 課題を発表してもらう。 |
| 作品 | |
| ポートフォリオ | |
| その他 | 授業への出席、取り組みなどを含め総合的に評価する。 |

授業明細表

| 授業回数 | 学習内容 | 授業の運営方法 | 学習課題(予習・復習) |
|------|------------------|-----------------|-------------|
| 第1回 | 科目概要説明 | 講義 | 特になし。 |
| 第2回 | 具体例で考えるSTP | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第3回 | 具体例で考える4つのP | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第4回 | 売り手、買い手の力関係 | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第5回 | 業界内の競争関係 | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第6回 | 消費者行動(1) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第7回 | 消費者行動(2) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第8回 | eコマース | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第9回 | サービス業のマーケティング(1) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第10回 | サービス業のマーケティング(2) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第11回 | 法律と政策の関与 | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第12回 | ソーシャル・マーケティング(1) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第13回 | ソーシャル・マーケティング(2) | 講義 | 適宜指示する。 |
| 第14回 | 課題解決型授業1 | 遠隔授業 実施時期:5期 | 適宜指示する。 |
| 第15回 | 課題解決型授業2 | 遠隔授業 実施時期:7期 | 適宜指示する。 |