愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	前期
授業科目名(Course name)	総合演習Ⅰ		
担当者(Instructors)	舩木 恵一	配当年次(Dividend year)	2
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	必修

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

本演習は、前年度に総合演習Ⅰの単位取得ができなかった学生のための再履修クラスです。様々なマーケティングに関するテーマやトピックスのもとにアクティブラーニング手法や反転授業方式を用いて、意見交換や討論を行い、学生の主体的な学びを促進し、演習グループ内のコミュニケーション力の強化、自己の考えを説明・発表できる力を伸ばしてゆきます。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	演習
授業の方法(Class method)	対面方式で実施します。毎回テーマ（問い）を設定し、アクティブラーニング方法で学んでゆきます。①ディスカッション、②グループワーク、③フィールドワーク、④レポーティング、⑤プレゼンテーションを通じて、ゼミ全体で楽しく学びながらも、個人の主体的な思考や、自分の考えを整理・表現する力を伸ばします。LMSを通じて、授業資料・関連動画・課題等を配信します。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	オリエンテーション～総合演習Ⅰの学び方	講師及び学生の自己紹介、学習ステータス確認、演習の目的と到達目標の確認、毎回のテーマと課題についての説明、成績評価基準など	□
第2回	マーケティングって何？	マネージメントとマーケティングの違いとは何か、経営におけるマーケティングの位置づけや役割を知ろう　①、②、④	□
第3回	メディアの種類とは？　世の中にあるメディアを探せ！	日常で接するメディア以外に、どんなメディアがあるのか、皆で探してその機能や役割を考えよう　②、③、④	□
第4回	店頭に行ってみよう！	商品を手に取らせるために、店頭ではどんなコミュニケーションをしているのか？　手分けをして観察しよう　③、④	□
第5回	広告の目的とは？	広告の様々な目的を考えてみよう！具体的なCMを選んで、その狙いを想像してみよう　①、②	□
第6回	消費者心理を考えてみよう！	意図せずに買ってしまうのはなぜか？　人間のさまざまな心理を調べてビジネスへの応用を考えよう　①、②、③	□
第7回	インターネットでよい商品を探せ！	ある商品を買う時に、どこで何を調べるのか？　選択までに要する時間は？　具体的な商品で試してみよう！　①、②、③、④	□
第8回	チームを組んで課題に挑戦しよう！（チームを組んで広告キャンペーン立案に挑戦！）	広告会社の社員になったと仮定して、実際に分析やプランニングをやってみよう！　①、②	□
第9回	市場調査でわかること～ターゲットプロファイリングに挑戦！	ターゲットプロファイリングをやってみよう！　わからないことは調査。でもどんな調査方法があるのか考えよう！　①、②、③	□
第10回	消費者の心と行動を変えるには何が必要？	ターゲットの気持ちを推理してみよう。心のどんなスイッチを押せばいいのか？　どうしたら行動してくれるのか？　①、②、④	□
第11回	ターゲットとのタッチポイントを設計しよう！	ターゲットにどこで出会うのか？　タッチポイントを挙げてみよう？利用可能なメディア戦略を組み立てよう！　①、②、④	□
第12回	広告メッセージを考えよう！	使用するメディアが決まったら、メッセージやデザインなどを考えよう！　ポスターを作成してみよう！　①、②、③	□
第13回	企画書にまとめてみよう！	これまでに整理したことを企画書にしてみよう！　①、②、⑤	□
第14回	プレゼンテーションをやってみよう！	企画書やポスターを使ってプレゼンテーションをやってみよう！演出や提案する順番を考えよう！　①、②、⑤	□
第15回	総合演習、前期の振り返り	前期の取組の成果と課題を確認しよう　①、④	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

この演習では、アクティブラーニングを円滑かつ効率的に行うために、テーマに関する予習（2時間程度）と授業後の課題に取り組むことで、復習や関連する知識の補強を行います（2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

LMSを通じて、演習の連絡、課題の提出を行います。課題は添削や採点を行った上で返却します。授業時間内での質問だけでなく、LMSやメールを使用して質問することができます。またオフィスアワーを利用して、事前アポイントをとって研究室での面談も可能です。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
知識・技能	◇ 2019全学共通DP1	マーケティングの基礎となる企業、社会、経済、消費等に関連する幅広い知識を習得しながら専門知識を育み、それを活用することができる
思考力・判断力・表現力	◇ 2019全学共通DP2	マーケティングの専門知識と自らの経験を基に、創造的にものごとを考え、課題について的確に判断し、自分のアイデアを表現、発信することができる
主体性	◆ 2019全学共通DP3	マーケティング活動に関して、主体的に他者と協働して問題を解決することができる

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験（in-class exam)	その他(Other)
			100%	

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

授業内試験とは出席点ではありません。アクティブラーニングでは①～⑤の活動に関して、積極性・貢献性・自主的な役割分担、意見表明など、学修態度と課題取組の状況を総合的に判断します。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ありません。必要に応じて講師が用意します。	
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1		
2		
3		
4		
5		