

経営学演習Ⅰ

必修 2単位

赤木 徳顕

1. 授業の概要(ねらい)

本演習では、マーケティングを主なテーマにした修論を書く上での必要な知識を身につける事を目指す。主な分析対象が消費者であり、消費者は時と共に大きく変化していくので、マーケティングの分析手法は時代と共に目まぐるしく変わってきた。前半は最新の動向を説明・議論し、学生はそれらの中から自分の関心の高いテーマを選び、修士論文作成に備える。

2. 授業の到達目標

- (1) 各履修者が議論や報告を通じて、自分の研究テーマに対する理解を深める。
- (2) マーケティング分野を幅広く理解するために必要な基本的な理論的知識を身に付ける。
- (3) 論文を書き、それを報告するために必要な技術を身に付ける。

3. 成績評価の方法および基準

日頃の授業中の発言・発表内容等を踏まえて、総合的に評価する

4. 教科書・参考文献

教科書
特に指定しない。

5. 準備学修の内容

消費者相手の研究は大変で、正解が見つかったとしても一時的な場合も多い。最新動向を抑えることは大事だが、関心の高いメンバーで議論することが最も大事であるので、毎回の準備を怠らず、演習では積極的な発言を心がけるように。

6. その他履修上の注意事項

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション:本演習の進め方を説明する
- 【第2回】 消費者行動論に関するテーマや分析手法を議論する
- 【第3回】 市場分析に関するテーマや分析手法を議論する
- 【第4回】 マーケティング戦略に関するテーマや分析手法を議論する
- 【第5回】 ブランド戦略に関するテーマや分析手法を議論する
- 【第6回】 マーケティングコミュニケーションに関するテーマや分析手法を議論する
- 【第7回】 マーケティングサイエンスに関するテーマや分析手法を議論する
- 【第8回】 エフェクチュエーションに関するテーマや分析手法を議論する
- 【第9回】 自分の研究テーマに関して議論する(1)
- 【第10回】 自分の研究テーマに関して議論する(2)
- 【第11回】 自分の研究テーマに関する文献・資料に関して議論する(1)
- 【第12回】 自分の研究テーマに関する文献・資料に関して議論する(2)
- 【第13回】 研究計画案の作成に関して議論し、準備する
- 【第14回】 研究計画案の発表
- 【第15回】 夏季休暇の課題に関して確認