

科目名	基礎演習(4) (学科/商)		
担当教員	喬 晋建（キョウ シンケン）	単位数	4単位
開講期間	春学期/秋学期	授業形態	演習
使用言語	日本語	開講学年	1年次のみ
開講学科・カリキュラムコード※	商SS1		
資格科目			
授業概要	商学部に入學したばかりの一年生を対象とするこの「基礎演習」は、言葉どおりに、専門的な學問を本格的に勉強する前に、基礎的な学習能力を身につけるための科目です。そのため、どんな知識を勉強するかよりも、むしろどんな方法で勉強するかのほうがより重要です。本演習は、経営學に関連する出版物（本、雑誌、新聞、映像番組など）の適切な部分をテキストとして使用します。毎年選ばれる教科書が違うので、当然、勉強の中身も異なってきます。本年度には、マーケティング論を初歩的に勉強していきましょう。また、授業の進行とともに、講義ノートの取り方、情報の収集と分析、文書の読み方、レポートの書き方、プレゼンテーションの作法、メールのマナー、といった大学生としての基本的なスキルを身に付けるように図って行きたい。そして、専門知識を勉強するとともに、ゼミという少人数の「場」を通して、学生と学生、学生と教員の間の交流を密に行ない、相互理解と相互尊重、友人づくり、コミュニケーション能力向上などをはかっていきます。		
到達目標	基礎演習を通じて、専門知識の習得方法、レポートの書き方、テーマ報告、ディスカッション、対人関係コミュニケーションなどに関する総合能力を高めることができます。		

カリキュラム学科 2025年度 春学期 学部 商学部 商

商学科DP		関与度
1	企業をはじめとする組織の諸活動について、その活動の運営・管理や維持・発展について考察するために必要となる知識や理論を習得している。	
2	企業をはじめとする組織の諸活動について、その社会的貢献や責任、歴史や環境等と関連づけて理解したり、文化的多様性の存在を理解したりする能力を身につけている。	
3	柔軟な適応力や総合的な判断力、確かな実践力を身につけ、高いコミュニケーション能力を有して他者と協働することができる。	◎
4	企業をはじめとする組織の諸活動について、問題を発見し、その解決に必要な多様な情報を収集・分析することができる。さらに、一定の根拠に基づき、複眼的・論理的に思考することによって、説得力のある分析や解決策を提案できる。	○
5	知的好奇心、協調性やリーダーシップ、自己管理能力などを兼ね備え、生涯を通じて自律的に学び続けることができる。	△

授業内容	
第1回	シラバスの確認と授業の全体説明
第2回	マーケティングの概念
第3回	セグメンテーション（S）：基本概念
第4回	セグメンテーション（S）：分析手法
第5回	ターゲティング（T）：基本概念
第6回	ターゲティング（T）：分析手法
第7回	ポジショニング（P）：他社同類商品との比較
第8回	ポジショニング（P）：自社異類商品との比較
第9回	映像番組学習と中間レポート課題交付
第10回	映像番組学習と中間レポート課題指導

第11回	中間レポート課題発表：第1回（基本形：5人程度）
第12回	中間レポート課題発表：第1回（基本形：5人程度）
第13回	中間レポート課題発表：第2回（改善形：5人程度）
第14回	中間レポート課題発表：第2回（改善形：5人程度）
第15回	春学期授業の総括
第16回	Product（製品）：基本概念
第17回	Product（製品）：分析手法
第18回	Price（価格）：基本概念
第19回	Price（価格）：分析手法
第20回	映像番組学習と解説
第21回	Place（流通チャンネル）：基本概念
第22回	Place（流通チャンネル）：分析手法
第23回	Promotion（販売促進）：基本概念
第24回	Promotion（販売促進）：分析手法
第25回	映像番組学習と学期末レポート課題の交付
第26回	学期末レポート課題の発表：第1回（基本形：5人程度）
第27回	学期末レポート課題の発表：第1回（基本形：5人程度）
第28回	学期末レポート課題の発表：第2回（完成形：5人程度）
第29回	学期末レポート課題の発表：第2回（完成形：5人程度）
第30回	秋学期授業の総括
事前事後学修(具体的な内容及び必要な時間)	特別な予備知識は要求されませんが、授業前に教科書の内容を120分以上予習して問題意識を持つべきです。また、授業後にも120分以上の復習を行い、教科書と講義中に出た話を自分の生活体験に照らし合わせ、様々な概念に対する理解を深めていくべきです。
試験や課題に対するフィードバック方法	少人数の授業なので、いつでも気軽に質問してください。 レポートの内容に対して授業中に丁寧に説明します。
アクティブ・ラーニング	プレゼンテーション／ディスカッション、ディベート／グループワーク
実務経験を生かした具体的な授業内容	
学修支援システムLMS（manaba）の活用	manabaでのレポートの回収／manabaに講義資料・コンテンツの公開／その他manabaの機能の活用
受講上の注意点	出席状況と授業中の参加意欲が重視されます。 レポートの作成と発表は必ず遅れずにやってください。 大学の規則に従い、出席状況が悪くなると単位認定の資格が失われます。
教科書	丸山正博著（2012）『プレステップ マーケティング〈新版〉』弘文堂、¥1,800+税

参考文献	授業中に適時に指示します。	
成績評価方法		評価割合
A.定期試験		0%
B.レポート		0%
C.小テスト		0%
D.発表(プレゼン・スピーチ等)		50%
E.平常点・授業への貢献度		50%
F.その他		0%
成績評価についての補足		
担当教員との連絡方法	manabaの個別指導コレクション／大学アカウントのEメール（@kumagakuのアドレス）	
連絡方法（その他）		
添付ファイル		

※カリキュラムコードは、各学科の群（分野）、必修か選択、開設学年を示しています。詳細は履修登録ガイドを参照してください。