

| | | | | |
|--------------------------|---|-----|-----|-------|
| 科目名 | 卒業研究ゼミ 1 (卒業必修) | | | |
| 授業形態 | 演習 | 学年 | 1 | |
| 開講時期 | 2023 年度 後期 | 単位数 | 1 | |
| 担当教員 | 八木橋 彰 | | | |
| 内容および計画 | <p>卒業研究ゼミ (八木橋) では、ビジネスの問題や地域の抱える問題を商学の視点から検討する。卒業研究 1 (八木橋) では、これらの問題について自発的に考えるためのプロセスを身近な事例を用いて習得していくことを目的とする。具体的には、「スポーツ」を題材として取り上げ、「スポーツ用品のマーケティング」、「スポーツイベントのマーケティング」、「スポーツにおける地域貢献活動とまちづくり」、「スポーツのビジネス化における恩恵と弊害」、「e スポーツはスポーツか？」など現代のスポーツで生じているさまざまな事象をマーケティング論・流通論・消費者行動論の視点から考えることを目的とする。</p> <p>実際の活動は、数人が現代スポーツに関する本を順番に読んで解釈を深め、それについて論じ合ったりする「輪読」である。正規のゼミ活動の時間は、ゼミ生の発表・報告の時間に当てられ、教員である私は、その発表に対するコメンテーターの役割を演じる。また、実践活動として、スポーツを商学の視点から捉えた実践活動、例えば対戦相手に勝つ、参加者全員が楽しみ、盛り上がるスポーツ活動の企画の実践を予定している。</p> | | | |
| 1 | 授業の進め方、発表順番の決定 | | | |
| 2 | 発表 | | | |
| 3 | 発表 | | | |
| 4 | 発表 | | | |
| 5 | 発表 | | | |
| 6 | 発表 | | | |
| 7 | 発表 | | | |
| 8 | 発表 | | | |
| 9 | 発表 | | | |
| 10 | 発表 | | | |
| 11 | 発表 | | | |
| 12 | 発表 | | | |
| 13 | 発表 | | | |
| 14 | 発表 | | | |
| 15 | 発表 | | | |
| 教科書 | | | | |
| | タイトル | 著者名 | 出版社 | ISBN |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 使用するテキスト・論文は、初回の時間に説明する。 | | | | |
| 参考書 | 授業中に適宜指定する。 | | | |
| 成績評価 | | | | |
| | 評価方法 | | | 割合(%) |
| | 平常点 (提出物の完成度・発表内容) | | | 100 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・夏休みに行われる全ゼミ共通の課題についても成績評価に含む場合がある。 ・ゼミでの積極性に応じて、上記の評価以外の加点を行う場合がある。 | |
| 学習到達目標 | <p>世の中のさまざまな現象を商学・マーケティングの視点を用いて説明できるようになること。</p> <p>商学・マーケティングの視点を意識しながら活気のある催し物を企画し、実践できるようになること。</p> |
| 先修条件 | 前期にマーケティング入門を履修中であること。 |
| 実務経験 | |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> ・特別な事情がない限り、遅刻・欠席は認められない。 ・思わぬ議論に発展したり、予定していないを行うことがあるが、それこそがゼミの醍醐味である。したがって、講義科目のような各回の厳密な内容のシラバスは提示はできない。 ・正規の授業時間以外にも行われる可能性も高いので、こうした状況にも柔軟に対応すること。 ・ゼミ選考において定員が超過した場合、マーケティング入門の中間・期末テスト、出席状況、レポートを参照して決定する場合がある。 |