

現代社会と経済

選 択

開講年次：1年次後期

科目区分：講 義

単 位：2単位

講義時間：30時間

■**科目のねらい**：現代社会のさまざまな経済活動を理解するために、経済学や経営学の基本的な知識を習得します。また、身近な経済トピックスなどを通じて、経済のグローバル化、情報化の現状を概観します。

私たちは普段、消費者としてモノやサービスを買ひ、利用しています。コンビニでお弁当を買ひ、ファッション専門店で服を買ひ、シネマコンプレックスで映画を鑑賞し、携帯電話で会話を楽しんでいます。一方、売り手である企業は、そうした製品やサービスを消費者に提供することで利益を上げます。その過程で企業は、消費者の好みを探り、彼らを満足させられる製品・サービスの開発に努め、ライバル製品との競争にどのように勝つかを常に考えています。

この講義では、社会の経済主体の中心である企業のマーケティング活動に焦点を当て、その理解を通じて現代の社会や経済を見る眼を養います。具体的には、企業戦略の基本的な考え方をマーケティングの視点から提供し、具体的な事例を多く交えながら説明するとともに、適宜、テーマに則したDVDを見たり、雑誌記事を読み、ディスカッションやレポートを通じてマーケティングの理解を深めます。

■**到達目標**：①マーケティングを通して企業活動を理解し、社会、経済を見る知識を習得する。

②マーケティング戦略の分析能力と戦略立案能力を養う。

③ディスカッションやプレゼンテーションの能力を養う。

■**担当教員**：近藤 公彦

■**授業計画・内容**：講義は、大きく理論編と事例分析編に分かれます。理論編ではマーケティングの基本的な考え方を習得し、事例分析編では理論編で学んだ知識を基礎に実際の企業のマーケティングを分析し、新しい戦略を考えていただきます。この事例分析は学期末のレポートとして提出いただく予定です。

- 第1回 オリエンテーション
- 第2回 マーケティングの基礎①
- 第3回 マーケティングの基礎②
- 第4回 マーケティングの基本戦略①
- 第5回 マーケティングの基本戦略②
- 第6回 マーケティングの基本戦略③
- 第7回 「カシオ計算機G-SHOCK」の事例分析①（グループワーク）
- 第8回 「カシオ計算機G-SHOCK」の事例分析②（グループワーク）
- 第9回 「カシオ計算機G-SHOCK」の事例分析③（グループワーク）
- 第10回 「クックパッド」の事例分析①（グループワーク）
- 第11回 「クックパッド」の事例分析②（グループワーク）
- 第12回 「クックパッド」の事例分析③（グループワーク）
- 第13回 「カシオ計算機G-SHOCK」の事例分析発表（プレゼンテーション）
- 第14回 「クックパッド」の事例分析発表（プレゼンテーション）
- 第15回 まとめ

■**教科書**：教科書は使用せず、毎回、資料を配付します。

■**参考文献**：小樽商科大学高大連携チーム編『わかる経営学』日本経済評論社、2005年。

小樽商科大学ビジネススクール編『MBAのためのケース分析(第2版)』同文館出版、2010年。

参考記事は適宜配布します。

■**成績評価基準と方法**：授業への出席（40%）、授業中の発言・発表（20%）、学期末レポート（40%）として評価します。

| 評価方法 | 到達目標 | | | 評価基準 | 評価割合 (%) |
|--------------|-------|-------|-------|-------------|----------|
| | 到達目標① | 到達目標② | 到達目標③ | | |
| 定期試験 | | | | | |
| 小テスト・授業内レポート | | ◎ | | 知識の習得と分析能力 | |
| 授業態度 | ◎ | | | 発言などの積極的な姿勢 | 10 |
| 発表 | | | ◎ | プレゼンテーション | 10 |
| 課題・作品 | | ◎ | | 学期末レポートの内容 | 40 |
| 出席 | ○ | ○ | ○ | 2/3以上の出席 | 40 |
| その他 | | | | | |

◎：より重視する ○：重視する 空欄：評価に加えず

■**関連科目**：製品デザイン論、製品計画論、ブランド構築、広告デザイン

■**その他（学生へのメッセージ・履修上の留意点）**：デザインにせよ、看護にせよ、顧客や患者など利用者の視点に立って考えることは非常に重要です。マーケティングの知識はその際に不可欠であるばかりでなく、現代の社会や経済の仕組みを深く理解することにつながります。この講義から多くの「発見」をしてください。