

令和6年度 商業実務専門課程 (情報ビジネス学科)													
専門・一般	年次	学期	科目区分	分類			授業科目名	授業科目概要	授業時間数	単位数	授業方法		
				必修	選択必修	自由選択					講義	演習	実験・実習・実技
デジタルマーケティング・リテラシー	2	前期	専門		○		デジタルマーケティングⅡA	WEBの基礎知識およびインターネットマーケティングの知識と運用方法を身につける。	30	1		○	
	2	前期	専門		○		デジタルマーケティングⅡB	WEBマーケティングの知識を活用し、実際にインターネットマーケティングを実践する。WEB解析を行い効果検証まで行う。	30	1		○	
マーケティング知識と地域経済への理解を深める	1	前期	専門		○		マーケティングⅠA (マーケティング基礎)	マーケティングの基本的考え方と活用事例を学ぶ	30	2		○	
	1	後期	専門		○		マーケティングⅠB (WEB広告マーケティング)	WEB広告のマーケティングの運用を学び、アナリティクスツールの基本操作を習得する	30	2		○	
	1	後期	専門		○		検定対策学習ⅠA	マーケティング検定等受検のための学習に取り組む	30	1			○
	2	後期	専門		○		検定対策学習ⅡA	各自が目指す検定(日商PC2級/リテールマーケティング検定/ネットマーケティング検定等)受検のための学習に取り組む	30	1			○
	2	前期	専門		○		顧客理解ⅡA	顧客理解の意義と活用事例を学ぶ	30	2		○	
	2	前期	専門		○		地域経済の作り方ⅡA	起業家・経営者層へのインタビュー実践を通じて、地域の課題をいかしたビジネスの作り方を学ぶ	30	2		○	
	2	前期	専門		○								
ビジネスに必要な英語力を身につける	1	前期	専門		○		TOEIC L&RⅠA	TOEICスコア450点を目指した語彙力、リスニング力の向上	30	1			○
	1	後期	専門		○		TOEIC L&RⅠB	TOEICスコア450点を目指した語彙力、リスニング力の向上	30	1			○
	2	前期	専門		○		TOEIC L&RⅡA	TOEICスコア450点を目指した語彙力、リスニング力の向上	30	1			○
	1	前期	専門		○		EIC L&SⅠA	実践的に聞く力と話す力が向上することを目的とする	60	2			○
	1	後期	専門		○		EIC L&SⅠB	実践的に聞く力と話す力が向上することを目的とする	60	2			○
	2	後期	専門		○		オンライン国際協働学習ⅡA	海外の学生と、共通のテーマでデータマーケティングを実施し、企画案をプレゼンする(英語使用)	60	2			○
マーケターに必要なコミュニケーション・プレゼンテーションスキルを身につける	1	前期	専門		○		ビジュアライゼーションⅠA (グラレコ)	情報整理力・可視化力・伝達力を高めるためにグラフィック・レコーディング(概念化)を習得する	30	1			○
	1	後期	専門		○		プレゼンテーションⅠA	パワーポイントの使い方、文章のまとめ方、自己紹介、プレゼン時の話し方まで、プレゼンテーションに必要な基本的スキルを身につける。	30	1			○
	2	後期	専門		○		リサーチ・コミュニケーションⅡA (ファシリテーション)	多様な立場からの意見を整理し、チームの合意形成を図るためのファシリテーションスキルとリーダーシップを身につける	30	1			○
	1	前期	専門		○		Photoshop/IllustratorⅠA	チラシやポスターなど広告物をデザインするためのPhotoshop/Illustratorの基礎スキルを身につける	30	1			○
	1	後期	専門		○		Photoshop/IllustratorⅠB	チラシやポスターなど広告物をデザインするためのPhotoshop/Illustratorの実践的スキルを身につける	30	1			○
データビジネス職に求められる知識と技能を身につける	1	後期	専門		○		DX入門ⅠA	DXが必要とされる国内外の社会変化とデジタル技術やデータ活用によってめざす社会のあり方やビジネスモデルを理解する	30	2			○
	1	前期	専門		○		リサーチメソッドⅠA	リサーチに必要な定性調査(記述式アンケート調査、インタビュー調査)の技法を身につける。	60	4			○
	1	後期	専門		○		リサーチメソッドⅠB	定量調査基礎:基本的統計を理解し、エクセルを使用した数量データの調査・分析(相関分析)・グラフ作成力を身につける	60	4			○
	2	前期	専門		○		リサーチメソッドⅡA	定性調査実践: SNSやインターネット上の質的データを収集し、テキストマイニング分析等で可視化する手法を身につける	60	4			○
	2	後期	専門		○		リサーチメソッドⅡB	調査のニーズに応じて定性・定量分析を使いこなす力と、ビジネスで求められるレベルの分析レポートや提案資料をまとめる応用力を身につける	60	4			○
	1	前期	専門		○		ビジネス統計ⅠA	統計的視点をもってビジネスの動向を捉え、課題を発見するための基礎力を身につける	30	1			○
	2	後期	専門		○		情報リテラシーⅡA	情報取り扱いに関する法律や著作権の意義、仕組みを理解し、情報を扱う職業人としてのリテラシーを高める	30	2			○
現場力・実践力を身につける	2	前期	専門		○		卒業研究ⅡA	卒業にあたり、データマーケティングを活用した事業提案を発表する(Dream成果発表会等)	60	2			○
	1	前期	専門		○		フィールドワークⅠA	企業の販売活動を視察しながら、実データを使用した分析と販売促進案づくりを実践する	30	1			○
	1	後期	専門		○		課題解決学習ⅠA	地域課題をテーマに、リサーチし、アイデアをまとめ、外部向け報告発表を目指す	90	2			○
	2	後期	専門		○		課題解決学習ⅡA	地域課題をテーマに、リサーチし、アイデアをまとめ、ビジネスコンテスト出場を目指す	90	2			○
	1	後期	専門		○		インターンシップⅠA	ビジネス現場にて、顧客対応や販売、マーケティング、データマーケティングを学ぶ	120	3			○
	2	後期	専門		○		インターンシップⅡA	ビジネス現場にて、顧客対応や販売、マーケティング、データマーケティングを学ぶ	90	2			○

一般	1	前期	専門		○ ICT演習 I A	企業において必須技能であるエクセル技術の演習を行う。 日常業務に必要な表計算・グラフ作成・関数の技術を身につける。	30	1		○
	1	前期	一般		○ 表現力 I A	コミュニケーション授業や演劇を学び、自己表現力や社会性を身につける	30	1		○
	1	前期	一般		○ 就職支援 I A	「将来の仕事や人生についてどのように考えたら良いか」「将来の目標を実現するためには何が必要か」等、キャリアを考える上でヒントや気づきを得られるよう、様々な取り組みを行う。就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。	30	1		○
	1	後期	一般		○ 就職支援 I B	「将来の仕事や人生についてどのように考えたら良いか」「将来の目標を実現するためには何が必要か」等、キャリアを考える上でヒントや気づきを得られるよう、様々な取り組みを行う。就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。	30	1		○
	2	前期	一般		○ 就職支援 II A	「将来の仕事や人生についてどのように考えたら良いか」「将来の目標を実現するためには何が必要か」等、キャリアを考える上でヒントや気づきを得られるよう、様々な取り組みを行う。就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。	30	1		○
	2	後期	一般		○ 就職支援 II B	「将来の仕事や人生についてどのように考えたら良いか」「将来の目標を実現するためには何が必要か」等、キャリアを考える上でヒントや気づきを得られるよう、様々な取り組みを行う。就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。	30	1		○
	1	前期	一般	○	データマーケティング I A	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データメーカーとしての基礎的素養を深める。	60	2		○
	2	前期	一般		○ 課題解決チャレンジ II A	企業が提示する課題に学生がチャレンジし、分析力と表現力を養う。学科混合グループの協働を通じて、異なる視点からアイデアを出し、クリエイティビティを高める。	30	1		○
	2	後期	一般		○ 課題解決チャレンジ II B	企業が提示する課題に学生がチャレンジし、分析力と表現力を養う。学科混合グループの協働を通じて、異なる視点からアイデアを出し、クリエイティビティを高める。	30	1		○
合計							1770 単位時間	69	単位)	

卒業要件及び履修方法	授業期間等
卒業要件：67単位以上取得（1710単位時間以上） GPA 2.0以上 必修科目、選択必修科目を取得していること	1 学年の学期区分 2 期
	1 学期の授業期間 15 週

科目名	デジタルマーケティングⅡA						学期	前	期
担当教員	早水 由樹	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	ケーススタディを通じて、企業におけるインターネットマーケティング業務に必要とされる全般的な知識と運用方法を学ぶ。								
学習目標	ネットマーケティングの運用担当者としての実践的な技術習得を目指す。								
使用テキスト	授業時に配布								
週数	授業計画								
1	自身の検討行動から知る、現代のインターネットマーケティング								
2	インターネットブランディング概論								
3	インターネットブランディング～実践テーマの決定～								
4	SNSインターネットマーケティング～インスタグラム～								
5	SNSインターネットマーケティング～インスタグラム～								
6	SNSインターネットマーケティング～LINE公式アカウント～								
7	SNSインターネットマーケティング～LINE公式アカウント～								
8	インターネットマーケティング～LP～								
9	インターネットマーケティング～広告、ポータルサイト活用～								
10	各種SEO対策								
11	MEO対策								
12	情報セキュリティと法規								
13	アクセスログ解析・インサイト分析と改善方法								
14	学習まとめ								
15	取り組み発表会								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、積極的なコミュニケーション						
	3. テストその他	30 %	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	デジタルマーケティングⅡB						学期	前	期	
担当教員	三宅・企画推進部	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□									
授業内容	様々なインターネットマーケティング手法を、ツールを用いて実践する。									
学習目標	インターネットやソーシャルメディア別のマーケティングの特徴を理解し、目的に合った運用方法を学ぶ									
使用テキスト	未定									
週数	授業計画									
1	広報の仕事とは									
2	OCの現状把握と課題の洗い出し 過去データから									
3	ターゲットに沿ったツール活用とコンテンツ提案とは									
4	ターゲットに沿ったツール活用とコンテンツ投稿									
5	OC(5/18)ターゲットのニーズ調査・広報									
6	効果検証									
7	実践・効果検証									
8	実践・効果検証									
9	OC(6/15)ターゲットのニーズ調査・広報									
10	再実践→効果検証、総括レポート作成開始									
11	中間発表									
12	再実践→効果検証									
13	再実践→効果検証									
14	OC(7/13)効果の検証									
15	学習まとめ:総括レポート発表									
	評価項目/割合			評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、積極的なコミュニケーション							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

科目名	マーケティング I A(マーケティング基礎)						学期	前	期
担当教員	法 育実	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	マーケティングの基礎を理解した上で、様々な企業の取り組みを分析し、文章にまとめる。								
学習目標	自分の考えを整理し、わかりやすく伝えることが出来る。言葉や文章で簡潔に要点を伝えることができる。資料を調べたり人の意見を聞いたりし、問題発見、解決ができる。								
使用テキスト	なるほど！これでよくわかった 3訂版 図解 よくわかるこれからのマーケティング								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	マーケティングとはなにかを理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
2	企業戦略とマーケティングの関係性を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
3	4Pと4Cからマーケティングのあり方を考える				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
4	環境分析手法を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
5	ニーズの把握の必要性和手法を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
6	セグメンテーションの必要性和手法を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
7	ターゲティングの必要性和手法を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
8	ポジショニングの必要性和手法を理解する				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
9	製品戦略のあり方を考える				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
10	価格戦略のあり方を考える				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
11	流通戦略のあり方を考える				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
12	コミュニケーション戦略のあり方を考える				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
13	企業事例分析①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
14	企業事例分析②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認			
15	企業事例分析③				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるような準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	マーケティング I B (WEB広告マーケティング)						学期	後	期
担当教員	清瀬 稜太	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって								
授業内容	様々なWEBマーケティング手法を、実例やツールを用いて学習する。								
学習目標	クライアントの課題に対する解決方法を考え、伝えるように提案できる。								
使用テキスト	なし								
週数	授業計画					事前・事後の学習			
1	WEBマーケティングとは？	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
2	WEBマーケティングの目標とターゲット設定について	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
3	WEBサイトへの集客について① WEB広告	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
4	WEBサイトへの集客について② SEO	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
5	WEBサイトの効果を測定しよう (Google Analytics)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
6	プレゼン資料の作成について	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
7	Bit Webサイトの改善提案を作る 資料作成1 (グループ)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
8	Bit Webサイトの改善提案を作る 資料作成2 (グループ)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
9	Bit Webサイトの改善提案を作る 資料作成3 (グループ)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
10	教室内での発表 (グループ)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
11	Bit Webサイトの改善提案を作る 資料作成1 (個人)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
12	Bit Webサイトの改善提案を作る 資料作成2 (個人)	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
13	教室内での仮発表	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
14	仮発表を受けての資料改善	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	事前学習で不明瞭であった点がクリアになったか確認						
15	本発表	【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるよう準備しておく						
		【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する						
	評価項目/割合		評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	提出物						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率・積極的なコミュニケーションが出来る						
	3. テストその他	30 %	発表						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	検定対策学習 I A						学期	前	期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□									
授業内容	マーケティング検定3級合格のため、事例学習で理解を深めながら、問題演習に取り組む。									
学習目標	マーケティング検定3級合格									
使用テキスト	「マーケティング検定3級試験 公式問題集&解説」日本マーケティング協会出版部、「ベーシック・マーケティング」同文館出版									
週数	授業計画									
1	検定概要□マーケティングの基本概念・市場環境									
2	戦略的マーケティング									
3	同上									
4	消費者行動									
5	同上									
6	製品戦略									
7	同上									
8	価格戦略									
9	同上									
10	コミュニケーション戦略									
11	同上									
12	チャンネル戦略									
13	サービス・マーケティング									
14	模試									
15	自己学習									
評価項目/割合		評価内容								
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	40 %	出席率、積極的なコミュニケーション							
	3. テストその他	20 %	模擬試験結果							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他										

科目名	検定対策学習ⅡA						学期	後	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	各自が取り組む検定合格のため、問題演習に取り組む。								
学習目標	受検合格								
使用テキスト									
週数	授業計画								
1	自己学習支援								
2	自己学習支援								
3	自己学習支援								
4	自己学習支援								
5	自己学習支援								
6	自己学習支援								
7	自己学習支援								
8	自己学習支援								
9	自己学習支援								
10	自己学習支援								
11	自己学習支援								
12	自己学習支援								
13	自己学習支援								
14	自己学習支援								
15	自己学習支援								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	40 %	出席率、積極的なコミュニケーション						
	3. テストその他	20 %	模擬試験結果						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	顧客理解ⅡA						学期	前	期
担当教員	早水 由樹	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	選択必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	顧客理解の重要性を認識し、実在する企業をモデルにした演習を通じて実践的な活用方法を習得する。								
学習目標	顧客理解の考え方を知る。顧客管理ツールの使い方の習得と分析スキルの獲得。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	顧客とビジネス ～実在企業のペルソナを想像する。媒体、商品別～				【事前】				
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
2	顧客起点のマーケティングの考え方 ～実践テーマの選択～				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
3	顧客起点のマーケティングの考え方 ～選択テーマの課題抽出～				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
4	顧客起点のマーケティングの考え方 ～選択テーマのペルソナ設定～				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
5	事例から学ぶ、顧客ニーズ把握方法				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
6	ロイヤル顧客づくりのための新しい価値提案				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
7	ロイヤル顧客づくりのための新しい価値提案				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
8	KPI設定方法				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
9	顧客管理ツールの使い方				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
10	顧客管理ツールの使い方				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
11	ふり返り・改善方法の検討				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
12	UX・競合優位性・付加価値から考える顧客を「動かす」方法の探求				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
13	UX・競合優位性・付加価値から考える顧客を「動かす」方法の探求				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
14	学習まとめ				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
15	取り組み発表会				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40%	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30%	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30%	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト（その他検定など）はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	地域経済の作り方ⅡA						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	地域課題をビジネスとして事業化し解決するリーダーへのインタビューを通じて、アントレプレナーシップを学ぶ								
学習目標	アントレプレナーの姿を通じて、富山の喫緊の課題を知り、課題解決を推進するリーダーシップのマインドを獲得する								
使用テキスト	なし								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	イントロダクション:地域課題とリーダーシップ				【事前】				
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
2	地域課題に取り組む地域リーダー・リサーチ①				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
3	地域課題に取り組む地域リーダー・リサーチ②				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
4	質問事項整理				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
5	訪問インタビューの依頼文書作成				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
6	インタビュー事前準備				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
7	現地訪問・インタビュー実施				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
8	インタビューまとめ・発表				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
9	インタビュー事前準備				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
10	現地訪問・インタビュー実施				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
11	インタビューまとめ・発表				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
12	インタビュー事前準備				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
13	現地訪問・インタビュー実施				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
14	インタビューまとめ・発表				【事前】	新聞記事などのメディアから、地域課題に取り組むリーダーの情報を収集する			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
15	学習の振り返り、まとめ				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
		評価項目/割合		評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、インタビューの出来、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	TOEIC L&R IA							学期	前	期
担当教員	M. MATSUKURA	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識									
授業内容	The students will build vocabularies and deepen their grammatical understandings while becoming familiar with the topics dealt with in the test.									
学習目標	Goals in the test scores may vary from one student to another. The average goal set for the class will be 550 out of 990 points, while the target range may vary from 300 to 400.									
使用テキスト	はじめてのTOEIC L&R きほんのきほん									
週数	授業計画									
1	実践！サンプル問題									
2	Lesson 1 - for Part 2 文のはじめの5Ws&Howを聴き取る									
3	Lesson 2 - for Part 1 be動詞の直後の「動作」「状態」を写真中に確認									
4	Lesson 3 - for Part 1 写真と矛盾した要素が1つでもあればその選択肢は誤り									
5	Lesson 4 - for Part 2 「許可」「依頼」「提案」「申し出」は質問・応答の典型をセットで覚える									
6	Lesson 5 - for Part 2 各問いかけごとの「よくある」「ありえない」応答を押さえる									
7	Lesson 6 - for Part 5 「意味」だけでなく「形」に注目！									
8	まとめと振り返り									
9	Lesson 7 - for Part 1 「動作」と「状態」の違いで正解を見抜く									
10	Lesson 8 - for Part 5&6 キーワードを探して正しい時制を見抜く									
11	Lesson 9 - for Part 5 品詞を攻略しよう									
12	Lesson 10 - for Part 5 to do形, - ing形, - ed/en形の使われるパターンを押さえるー									
13	Lesson 11 - for Part 1&2 「音のひっかけ」に注意!									
14	Lesson 12 - for Part 3&4 典型的な設問と3問の設問の流れを覚える									
15	まとめと振り返り									
評価基準	1. 課題	40 %	Assignment: Dictation tasks, vocabulary checks, quizzes, etc.							
	2. 授業姿勢	30 %	Participation: Positive engagements are expected during pair and group work.							
	3. テストその他	30 %	Tests: Review quizzes after completing each unit							
課題・テスト（その他検定など）はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	The teacher will adopt various extra activities to enhance the students' motivation, vocabulary, understanding of grammar, and listening skills. The students will take a TOEIC L&R Test in January 2023.									

科目名	TOEIC L&R IIA (High)							学期	前	期
担当教員	M. MATSUKURA	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□									
授業内容	The students will build vocabularies and deepen their grammatical understandings while becoming familiar with topics dealt with in the test.									
学習目標	Goals in the test scores may vary from one student to another. The average goal set for the class will be 700 out of 990 points, while the target range may vary from 600 to 850.									
使用テキスト	Work Advantage – Concept, Practice, Reality: Book 1									
週数	授業計画									
1	1 Team Spirit									
2	Unit 2 Forming a Team									
3	Unit 3 Working with the World									
4	Review 1 (Units 1-3)									
5	Unit 4 Business Strategies									
6	Unit 5 Understanding Your Customers									
7	Unit 6 Work Smart									
8	Review 2 (Units 4-6)									
9	Unit 7 Corporate Image									
10	Unit 8 Company Profits									
11	Unit 9 Tactical Decisions									
12	Review 3 (Units 7-9)									
13	Unit 10 Human Resources									
14	Unit 11 Entrepreneurship									
15	Unit 12 The Future of Business									
	評価項目/割合			評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	Assignment: Dictation tasks, vocabulary checks, quizzes, etc.							
	2. 授業姿勢	30 %	Participation: Positive engagements are expected during pair and group work.							
	3. テストその他	40 %	Tests: Review quizzes after completing three units							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	The students will take a TOEIC L&R Test in January 2024.									

科目名	オンライン国際協働学習ⅡA						学期	後	期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	2	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点									
授業内容	海外の学生と、共通のテーマで課題解決を実施し、企画案をプレゼンテーションする（英語使用）									
学習目標	国際交流の場で英語で相手の話を理解できる。自分の考えを海外の学生に伝えることができる。海外の学生の異なる視点や考えを知る。									
使用テキスト	授業時に資料を配布									
週数	授業計画									
1	学内 インTRODクシヨン:国際交流準備									
2	With The World 海外生とアイスブレイク、自己紹介、地域の紹介									
3	学内 テーマに基づいたインタビュー項目と質問文作成 ※この期間に相互に試食									
4	学内 テーマに基づいたインタビュー項目と質問文作成 ※この期間に相互に試食									
5	With The World 海外生ヘインタビュー									
6	学内 企業向けに商品提案作成 併行し海外生も商品提案作成（役割分担）									
7	同上									
8	With The World 商品提案①									
9	学内 商品提案①にもとづいたブラッシュアップ 併行し海外生も商品提案作成（役割分担）									
10	同上									
11	With The World 商品提案②									
12	学内 商品提案②にもとづいたブラッシュアップ 併行し海外生も商品提案作成（役割分担）									
13	同上									
14	With The World 企業への最終プレゼンテーション →With The World 1~2週間 Instagramで最終発表発信 いいね賞(1週間掲載)									
15	学習ふりかえり②									
評価項目/割合		評価内容								
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表内容、学習成果総括レポート							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

科目名	ビジュアルライゼーションIA						学期	前	期
担当教員	島田 美沙	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	グラフィックレコーディングを使い、学校の特徴や魅力を紹介する「グラレコ」を完成させ、発表する。								
学習目標	可視化するメリットを理解し、グラフィックレコーディングを思考整理や会議で活用できる。事柄を的確に要約し、わかりやすく表現することができる。								
使用テキスト	なし								
週数	授業計画								
1	基礎編①グラフィックレコーディングとは、グラフィックレコーディングの活用場面、初期講座①								
2	基礎編②グラフィックレコーディングの効用、初期講座②								
3	基礎編③グラフィックレコーディングの心得&要約のポイント、初期講座③								
4	実技編①動画をグラレコする								
5	実技編②記事をグラレコする								
6	実技編③1on1をグラレコする								
7	模造紙でグラレコする①ペンやクレヨンの使い方								
8	模造紙でグラレコする②模造紙でグラレコを描く								
9	応用編①ミーティングをグラレコする								
10	応用編②広告の作成								
11	実践編①グラフィックレコーディングでの学校紹介、掲載内容についての意見交換								
12	実践編②掲載内容の詳細決定、情報収集								
13	実践編③仮レイアウト作成								
14	実践編④グラフィックレコーディングの製作								
15	完成したグラフィックレコーディングの発表、振り返り								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率・積極的なコミュニケーションが出来る。						
	3. テストその他	30 %	発表						
	課題・テスト（その他検定など）はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。								
目標検 定・課外 授業実施 予定・そ の他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	プレゼンテーション I A						学期	後	期	
担当教員	尾藤光	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□									
授業内容	①「伝える技術」情報収集、話す順序、内容選定、構成、観客のセットアップ、話すときの抑揚など ②「伝わるデザイン」パワーポイント作成技術、作成時短ツールの使い方、素材の集め方、色やフォントなど体裁									
学習目標	プレゼンテーション資料の準備段階での情報収集、思考方法、作成方法を知り、実際にプレゼンテーションによって自己を表現することができる。									
使用テキスト	『伝わるデザインの基本 増補改訂3版 よい資料を作るためのレイアウトのルール』高橋 佑磨著、技術評論社									
週数	授業計画									
1	オリエンテーション プレゼン資料作成の前にやるべき10のポイント「自己紹介プレゼン」									
2	伝える技術-シナリオ作成術									
3	伝える技術-基本編									
4	伝える技術-準備編									
5	伝わるデザイン-パワーポイントの使い方									
6	伝わるデザイン-Googleスライドの使い方									
7	伝わるデザイン-InstagramとCanvaの使い方									
8	伝える技術-表現編									
9	伝える技術-データ編									
10	伝わるデザイン-ビジュアル編									
11	伝える技術-ブラッシュアップ編									
12	プレゼンテーション演習①									
13	プレゼンテーション演習②									
14	プレゼンテーション演習③									
15	プレゼンテーション演習④									
	評価項目/割合			評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

科目名	リサーチ・コミュニケーションⅡA(ファシリテーション)						学期	後	期
担当教員	島田 勝彰	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点								
授業内容	集団における合意形成とメンバーの協働を促すファシリテーションの技術を習得する。ファシリテーションを参加者として体験するだけでなく、企画者・推進役として実際にファシリテーションを企画、実施する。								
学習目標	①場づくりの技法としてのファシリテーションの意義を理解できる②場づくりの基本的な技法を獲得できる③実際にワークショップ・ワークショップ型の話し合いを企画・実施できる								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画								
1	ファシリテーションが求められる社会的背景とファシリテーションの意義								
2	ファシリテーターのあり方とファシリテーションの技法								
3	ファシリテーション体験								
4	同上								
5	ファシリテーションの手順と技法								
6	同上								
7	同上								
8	同上								
9	ファシリテーション実践								
10	同上								
11	同上								
12	ファシリテーション応用：グループ・インタビューの技法と実践								
13	同上								
14	同上								
15	学習のふりかえり								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	Photoshop・illustrator I A						学期	前	期
担当教員	小林 弘二	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識								
授業内容	Photoshop/Illustratorの基本操作を学び、ロゴ・チラシ・パネルなどの実践を想定した制作を行う								
学習目標	Photoshop及びIllustratorの役割を理解し、Illustratorの基礎知識を理解、基本操作ができるようになること								
使用テキスト	空間練習帳(建築文化シナジー)、Illustrator & Photoshopデザインの作り方 アイデア図鑑								
週数	授業計画								
1	授業の導入 ソフトインストールや基本操作説明、adobeチュートリアル								
2	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
3	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
4	ロゴ制作課題の説明と導入								
5	ロゴ制作課題								
6	ロゴ制作課題								
7	ロゴ制作課題発表と講評								
8	ロゴ制作課題修正								
9	まちなか事業企画①								
10	まちなか事業企画②								
11	まちなか事業企画③								
12	まちなか事業企画④								
13	まちなか事業企画⑤								
14	まちなか事業企画発表、講評、フィードバック								
15	学習のふりかえり								
評価基準	1. 課題	40 %	最終課題の出来栄と発表内容で評価、学生からも評価を募り評価に反映する。						
	2. 授業姿勢	30 %	①欠席・遅刻がないか ②受講マナーが良好か ③クラスの授業に協力的か、④授業中に良く聞き、メモ、質問、発言など自ら工夫し積極的に授業に参加しているか ⑤忘れ物をしない 以上の観点から評価。						
	3. テストその他	30 %	授業内の課題成果で評価。						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	授業の進捗度・理解度等により、授業実施順番、内容を変更する場合があります。								

科目名	Photoshop・illustrator I B						学期	後	期
担当教員	小林 弘二	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	選択必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識								
授業内容	後期はPhotoshopを中心にアドビ認定アソシエイト資格取得相当の内容、IllustratorとPhotoshopを活用した課題制作								
学習目標	Photoshopの基礎知識を理解、基本操作ができるようになること、IllustratorとPhotoshopの連携を理解する								
使用テキスト	空間練習帳(建築文化シナジー)、Illustrator & Photoshopデザインの作り方 アイデア図鑑								
週数	授業計画								
1	授業の導入 ソ Photoshop基本操作説明、adobeチュートリアル								
2	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
3	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
4	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
5	adobeチュートリアル実施による基本操作習得								
6	写真を使ったパネル製作①								
7	写真を使ったパネル製作②								
8	写真を使ったパネル製作③								
9	チラシ・パネル製作課題の説明と導入								
10	チラシ・パネル製作								
11	チラシ・パネル製作								
12	チラシ・パネル製作								
13	チラシ・パネル製作								
14	チラシ・パネル発表、講評、フィードバック								
15	学習のふりかえり								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	最終課題の出来栄と発表内容で評価、学生からも評価を募り評価に反映する。						
	2. 授業姿勢	30 %	①欠席・遅刻がないか ②受講マナーが良好か ③クラスの授業に協力的か、④授業中に良く聞き、メモ、質問、発言など自ら工夫し積極的に授業に参加しているか ⑤忘れ物をしない 以上の観点から評価。						
	3. テストその他	30 %	授業内の課題成果で評価。						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	授業の進捗度・理解度等により、授業実施順番、内容を変更する場合があります。								

科目名	DX入門 I A					学期	後	期	2
担当教員	地村 未知弘、他	科目区分	専門	授業方法	講義	分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	業務プロセスのDX事例学習を通じ、ビジネスの効率化のための数値データ管理の考え方を学ぶ。ビジネスシーンで導入される業務効率化ツールRobotic Process Automation (RPA) やBusiness Intelligence (BI)の基礎を学習する。								
学習目標	RPAやBI等の業務効率化ツールの仕組みを理解し、基本操作ができる。ケーススタディにおいて、ビジネスの効率化のために役立つ数値管理の方法を提案できる。業務効率化の必要性を言語化できる。								
使用テキスト	授業時に配布								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	ビジネスの理解と変革を考える:ビジネスモデルと業務プロセス①				【事前】				
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
2	ビジネスの理解と変革を考える:ビジネスモデルと業務プロセス②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
3	ビジネスの理解と変革を考える:業務を改革するための事例:DX				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
4	発散する意見をどうまとめるか:グループワークの手法、意見のまとめ方				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
5	業務改善の入口:RPAによる自動化の推進				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
6	業務改善の入口:PowerAutomateでRPAを覚える①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
7	業務改善の入口:PowerAutomateでRPAを覚える②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
8	数値の見方・捉え方/数値のコントロール:見る数値を見極める/数値のコントロール				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
9	数値の見方・捉え方/数値のコントロール:ビジネスで数値を見る(平均値の罠)				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
10	数値の見方・捉え方/数値のコントロール:ExcelではなくBIツールで可視化				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
11	ケーススタディ:データで解くビジネス課題①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
12	ケーススタディ:データで解くビジネス課題②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
13	ケーススタディ:ダッシュボード作成・成果プレゼンテーション				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
14	ケーススタディ:ダッシュボード作成・成果プレゼンテーション				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
15	ふりかえり発表:業務効率化の必要性とは				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるよう準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、最終成果物発表						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	リサーチメソッド I A						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	4
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって								
授業内容	身近な自分事のテーマを題材に、アンケートを実施し、現状を見える化・構造化し、解決策を見出すという、データ活用による課題解決の一連のプロセスを実践する。								
学習目標	目的に合ったアンケートを作成し、適切に実施し、分析結果から提案をつくり出すことができる。								
使用テキスト	授業時に配布								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	課題解決のためのリサーチとアンケート調査	【事前】							
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
2	問いをたてる：取り組むテーマを見つける	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
3	ディベートでテーマを自分事にする	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
4	仮説づくり：課題にかかわる要素の関連をイメージする	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
5	調査デザイン：対象者設定、スケジュール、予算確認、調査倫理確認	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
6	質問項目の作成	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
7	質問文と回答選択肢、回答欄の作成①	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
8	質問紙のレイアウト、個人情報取り扱いの考え方、調査依頼	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
9	アンケート実施と単純集計	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
10	クロス集計とテキストマイニング基礎	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
11	集計結果の分析①	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
12	提案資料づくり①	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
13	提案資料づくり②	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
14	提案発表とフィードバック	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
15	学習の振り返り、まとめ	【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく						
		【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する						
評価項目/割合		評価内容							
評価基準	1. 課題	40 %	課題・提出物の内容、期限内提出、プ協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	リサーチメソッド I B						学期	後	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	4
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	実際の企業の売上データを扱い、各種定量分析の考え方と技法を学習する。成果物として、分析結果をふまえた販売促進案を企業へ提案する。								
学習目標	マーケティングの目的に合った数量データの収集ができる。クロス集計や相関分析、回帰分析など統計の考え方を理解した上でデータ分析を実践できる。分析結果はグラフや表を用いて可視化できる。分析結果をふまえた提案ができる。								
使用テキスト	授業時に新聞を配布								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	数字で捉える「差」や「変化」				【事前】				
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
2	企業課題と定量分析				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
3	データベース作成、データクリーニングの実践①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
4	データベース作成、データクリーニングの実践②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
5	売上集計とグラフ作成				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
6	相関分析活用:売上に関連する要素の抽出				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
7	回帰分析活用:売上予測、顧客満足度分析①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
8	回帰分析活用:売上予測、顧客満足度分析②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
9	データ分析にもとづく販促提案づくり①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
10	データ分析にもとづく販促提案づくり②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
11	提案資料作成①				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
12	提案資料作成②				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
13	提案発表とフィードバック				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
14	フィードバックをうけての修正				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
15	学習の振り返り、まとめ				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
	評価項目/割合		評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	リサーチメソッドⅡA						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	4
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演								
授業内容	アンケート調査やWEB上の発信を材料に、人々の生活意識や商品やサービスへの関心を示すテキストデータの収集と分析ツールの扱いを学ぶ。活用事例を学ぶ。								
学習目標	実際のテキストデータを集め、分析し、結果から得られた知見をもとに提案を行うことができる。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画					事前・事後の学習			
1	進化する意識調査とテキストマイニング	【事前】							
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
2	Webスクレイピング	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
3	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
4	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
5	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
6	テキストマイニングツールの扱いと活用事例	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
7	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
8	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
9	分析演習	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
10	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
11	同上	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
12	分析レポート作成	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
13	分析レポート作成	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
14	発表とフィードバック	【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく						
		【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。						
15	学習のまとめ	【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく						
		【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する						
評価項目/割合		評価内容							
評価基準	1. 課題	40%	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30%	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30%	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

練習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。

科目名	リサーチメソッドⅡB						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	4
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって								
授業内容	課題解決の場面やデータの種類の分析手法を事例とともに学ぶ。								
学習目標	グループではなく、個人で、実データを使って分析し、結果から得られた知見をもとに提案を行うことができる。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画				事前・事後の学習				
1	課題Aの提示				【事前】				
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
2	分析演習				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
3	分析演習				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
4	結果よみとり				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
5	提案コンセプトづくり				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
6	提案資料作成				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
7	発表とフィードバック				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
8	課題Bの提示				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
9	分析演習				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
10	分析演習				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
11	結果よみとり				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
12	提案コンセプトづくり				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
13	提案資料作成				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
14	発表とフィードバック				【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく			
					【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。			
15	学習のまとめ				【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく			
					【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する			
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	ビジネス統計 I A						学期	前	期
担当教員	竹ノ山 圭二郎	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点								
授業内容	検定テキストの他、各種統計の問題を学習								
学習目標	後期終了後にビジネス統計検定3級合格								
使用テキスト	ビジネス統計検定3級、オデッセイ・コミュニケーションズ								
週数	授業計画								
1	腕試しテスト(過去問サンプルテスト)								
2	ビジネスデータ把握力:平均値・中央値・最頻値・レンジ								
3	ビジネスデータ把握力:標準偏差								
4	ビジネス課題発見力:外れ値の検出、度数分布表								
5	ビジネス課題発見力:標準化								
6	ビジネス課題発見力:移動平均								
7	ビジネス課題発見力:季節調整								
8	ビジネス仮説検証力:集計								
9	ビジネス仮説検証力:散布図								
10	ビジネス仮説検証力:相関								
11	ビジネス仮説検証力:回帰分析								
12	ビジネス仮説検証力:最適化								
13	試験対策(過去問実施)と解説								
14	試験対策(過去問実施)と解説								
15	試験対策(過去問実施)と解説								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	情報リテラシーⅡA						学期	後	期		
担当教員	浅林 孝志	科目区分	専門	授業方法	講義	履修分類	必修	単位数	2		
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって										
授業内容	個人情報、企業機密データ、著作物の適切な取り扱いについての基本的な知識を学ぶ。事例学習を通じて、実践的な対応についても理解を深める。										
学習目標	企業や個人情報を取り扱う際に必要となる法規や社会規範を理解している。データや著作権を適正に取り扱う手順を理解している。										
使用テキスト	未定										
週数	授業計画					事前・事後の学習					
1	イントロダクション					【事前】					
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
2	個人情報保護法の理解					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
3	個人情報に関連する事件・事故					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
4	個人情報に関連する事件・事故					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
5	個人情報保護の対策と情報セキュリティ:脅威と対策					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
6	個人情報保護の対策と情報セキュリティ:組織体制の整備					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
7	個人情報保護の対策と情報セキュリティ:実務知識					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
8	個人情報保護の対策と情報セキュリティ:オフィスセキュリティ					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
9	個人情報保護の対策と情報セキュリティ:技術的管理の実務知識					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
10	著作権保護と侵害					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
11	著作権保護と侵害					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
12	事例研究:企業におけるデータ管理の実態					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
13	事例研究:企業におけるデータ管理の実態					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
14	事例研究:企業におけるデータ管理の実態					【事前】	関連ページを読み、不明瞭な点をチェックしておく				
						【事後】	講義後に理解が曖昧な点がないかふりかえり、次回クリアできるよう整理しておく。				
15	学習の振り返り、まとめ					【事前】	それまでの講義をふりかえり、不明瞭な点をチェックし、講師に質疑できるように準備しておく				
						【事後】	全講義を通して学んだこと、身につけたことを整理する				
評価項目/割合			評価内容								
評価基準	1. 課題	40%	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献								
	2. 授業姿勢	30%	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無								
	3. テストその他	30%	テスト、学習成果総括レポート								
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。											
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります										

科目名	卒業研究ⅡA						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	履修分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点								
授業内容	自身で課題を見つけ、解決策となる商品やサービスの提案をおこなう。パワーポイントでの説明ならびにphotoshop/illustratorを使った広報用成果物を作成する。								
学習目標	テーマを設定し、データを収集・分析し、結果を考察し、提案内容をまとめあげ、発表するスキルを身につける。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画								
1	イントロダクション								
2	テーマの選定								
3	アウトプットのデザインと調査デザイン								
4	データ収集準備(ヒアリング・インタビュー・収集データの所在確認)								
5	現地調査								
6	追加収集するデータ収集 (オープンデータ/企業データ)								
7	調査分析結果整理								
8	調査分析結果整理								
9	広報用成果物づくり								
10	広報用成果物づくり								
11	広報用成果物づくり								
12	プレゼンテーション資料づくり								
13	プレゼンテーション資料づくり								
14	発表								
15	学習の振り返り、まとめ								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	フィールドワーク I A						学期	前	期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□									
授業内容	まちづくりの体験視察や地域住民・事業者へのインタビューを行い、課題発見の方法や課題解決の面白さや難しさを学ぶ。									
学習目標	・地域との関係づくりの作法を身につける。□フィールド観察やインタビューを通して、地域の困りごとを抽出する力を身につける。解決に向けた取り組み事例を図解化する力を									
使用テキスト	都度、スライド仕様									
週数	授業計画									
1	イントロダクション:フィールドワークと課題発見									
2	課題発見の方法:現地調査事前準備(視察の目的と方法/質問項目作成/観察項目リスト作成)									
3	現地調査とインタビュー①									
4	課題整理									
5	課題解決の方法:現地調査事前準備(視察の目的と方法/質問項目作成/観察項目リスト作成)									
6	現地調査とインタビュー②									
7	課題整理									
8	現地調査結果整理									
9	課題整理									
10	地域課題の整理と解決策のコンセプト作成									
11	解決策の実現に向けた実施計画(スケジュール・予算作成・プロジェクト管理フォーマット)作成									
12	解決策の実現に向けた準備									
13	解決策の実現に向けた準備									
14	解決策の実現に向けた準備									
15	ふりかえり									
	評価項目/割合			評価内容						
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート							
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

科目名	課題解決学習 I A						学期	後	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	実習・実技	分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	集客に取り組む地域や企業の課題に対し、学生が主体的に取り組むプロジェクト型授業を行う。								
学習目標	地域課題をテーマに学習し、ビジネスコンテスト・政策立案コンテスト等への出場を目指す。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画								
1	イントロダクション: 課題解決学習のめざすもの(地域で発見した課題を解決するための実践) 役割分担								
2	プロジェクト実施準備								
3	プロジェクト実施								
4	プロジェクト実施								
5	清算・事後処理								
6	事業評価								
7	事業評価								
8	課題整理								
9	提案づくり								
10	提案づくり								
11	発表資料作成								
12	発表資料作成								
13	発表練習・発表								
14	提案の修正								
15	ふりかえり								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	20 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート						
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	課題解決学習ⅡA						学期	後	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	実習・実技	分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	連携先の地域課題・企業課題に、学生主体で取り組むプロジェクト型授業を目指す。								
学習目標	地域課題をテーマに学習し、ビジネスコンテスト・政策立案コンテスト等への出場を目指す。								
使用テキスト	未定								
週数	授業計画								
1	イントロダクション: 課題解決学習のめざすもの(地域における課題発見から解決策提案まで) 現地調査とデータ活用を通じた課題発見のプロセスと実践								
2	現地調査								
3	関連データ収集と実態把握								
4	データ収集の技法と実践								
5	同上								
6	分析の技法と実践								
7	同上								
8	解決策提案と実践								
9	同上								
10	同上								
11	解決策のプロトタイプ検証								
12	同上								
13	事業評価								
14	同上								
15	ふりかえり								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	インターンシップ I A						学期	後	期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	実習・実技	分類	必修	単位数	3	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点									
授業内容	インターンシップにあたり、自己の強み弱みの理解。業界、企業研究現場の業務フローの中でインターンとして授業で身につけたマーケティングやデータ分析の知識とスキル									
学習目標	<ul style="list-style-type: none"> ・企業研究を通じて、マーケティングやデータ分析のスキルがいかせる業界や職種を理解する。 ・自己理解を深めると同時に、データマーケターという職種に求められるマインドやスキルを理解する。 ・机上の学習とのギャップを理解する。 									
使用テキスト										
週数	授業計画									
1	インターンシップの目的と意義 インターンシップ実施のフローと提出物等ファイル管理 □									
2	日誌・報告書の書き方 業界・企業研究：希望するインターンシップ先探し									
3	企業への電話のかけ方・メールの書き方 業界・企業研究：希望するインターンシップ先探し									
4	実習：現場にて個々のスケジュールに合わせる									
5	実習									
6	実習後の報告文のブラッシュアップ講座									
7	実習									
8	実習									
9	実習									
10	実習									
11	実習									
12	実習									
13	実習									
14	ふりかえり①就職活動に向けて									
15	ふりかえり①就職活動に向けて									
評価項目/割合		評価内容								
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

科目名	インターンシップⅡA						学期	後	期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	実習・実技	分類	必修	単位数	3	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点									
授業内容	インターンシップにあたり、自己の強み弱みの理解。業界、企業研究現場の業務フローの中でインターンとして授業で身につけたマーケティングやデータ分析の知識とスキル									
学習目標	<ul style="list-style-type: none"> ・企業研究を通じて、マーケティングやデータ分析のスキルがいかせる業界や職種を理解する。 ・自己理解を深めると同時に、データマーケターという職種に求められるマインドやスキルを理解する。 ・机上の学習とのギャップを理解する。 									
使用テキスト										
週数	授業計画									
1	インターンシップの目的と意義 インターンシップ実施のフローと提出物等ファイル管理□									
2	日誌・報告書の書き方 業界・企業研究：希望するインターンシップ先探し									
3	企業への電話のかけ方・メールの書き方 業界・企業研究：希望するインターンシップ先探し									
4	実習：現場にて個々のスケジュールに合わせる									
5	実習									
6	実習後の報告文のブラッシュアップ講座									
7	実習									
8	実習									
9	実習									
10	実習									
11	実習									
12	実習									
13	実習									
14	ふりかえり①就職活動に向けて									
15	ふりかえり①就職活動に向けて									
評価項目/割合		評価内容								
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テストその他	30 %	最終成果物発表、学習成果総括レポート							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります									

情報ビジネス 学科

1 年 期

科目名	ICT演習 I A						学期	前	期
担当教員	高林 健二	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を								
授業内容	企業において必須の技術である表計算ソフト、エクセルを用いて実践的な資料を作成する技術を身につける。								
学習目標	エクセルを使用して、データ作成・グラフ作成・簡単な関数を用いた計算ができる。								
使用テキスト	よくわかるマスター改訂版 日商PC検定試験 文書作成・データ活用・プレゼン資料作成 3級、よくわかるマスター 日商PC検定試験 データ活用3級 公式テキスト&問題集								
週数	授業計画								
1	第1章Excelの基礎知識								
2	第2章Excel入門								
3	第3章ワークシートの活用(1)								
4	第4章ワークシートの活用(2) セルの絶対参照								
5	第4章ワークシートの活用(2) セルの絶対参照								
6	第4章ワークシートの活用(2) 端数処理								
7	第4章ワークシートの活用(2) 端数処理								
8	第4章ワークシートの活用(2) IF関数								
9	第4章ワークシートの活用(2) IF関数								
10	第5章グラフ(1)								
11	第5章グラフ(2)複合グラフ								
12	第7章データベース オートフィルタ・並べ替え								
13	第7章データベース ※ピボットテーブル追加								
14	第8章Excelの応用 VLOOKUP・HLOOKUP・INDEX								
15	第8章Excelの応用 データベース関数・条件付き集計								
評価基礎	評価項目/割合			評価内容					
	1. 課題	40 %	各授業における課題提出(期限厳守) <input type="checkbox"/> 確認テスト結果						
	2. 授業姿勢	30 %	授業への積極参加 クラスへの協力度 <input type="checkbox"/> 教科書、パソコンその他忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	検定を受験する学科は検定結果 <input type="checkbox"/> 受験しない学科はテスト結果						
外授業実施	日商PC検定データ活用3級								

課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。

科目名	データマーケティング I A						学期	前	期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	2
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。□								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	・オリエンテーション ・ビッグデータとは								
2	・データ活用 ・エクセルハンズオン① グラフの作成								
3	・実習① ・エクセルハンズオン② 散布図と相関								
4	・企画提案のための思考法 ・データ活用と各業界								
5	・POSデータ① ・POSデータ②								
6	・POSデータ③ ・フィールドワークの発表								
7	・実習② ・実習③								
8	・マーケティングの基礎① ・ID-POSデータ ID								
9	・ID-POSデータ② ・ID-POSデータ③								
10	・マーケティングの基礎② ・ID-POSデータ④								
11	・実習④ ・外部データの利用①								
12	・外部データの利用① ・外部データの利用②								
13	・実習⑤ ・マーケティングの基礎③								
14	・課題発見と提案① ・課題発見と提案②								
15	・課題発見と提案③								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無						
	3. テストその他	30 %	テスト						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								