

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	1 年	2	選択
担当教員			
増渕 賢一郎			
G (現代ビジネス学科)	S (専門科目)	MK (マーケティング)	102 (基礎・入門科目)

授業のねらい (概要)	本講義では、マーケティング業務の初めの一步を体験する。 別講義の「マーケティング論」では、マーケティング戦略と戦術がどのようなものか、マーケティング、企業方針、PR・ブランド戦略との関係について基本的な考え方を学ぶが、本マーケティングプロジェクトは、課題解決に向けたマーケティングプランを立て、予算を獲得し、実際に実行するPBL (project based learning)の方法で、マーケティング論の一部分を体験しながら学ぶ。具体的には、マーケティング論の一部である消費者購買行動にフォーカスし、そのフレームワークである「マーケティングファネル」を使って、プロモーションミックスプランを考え、実践していく。		
授業計画	第1回 【遠隔】 イントロダクション&授業準備 第1回【遠隔】 イントロダクション&授業準備 マーケティングプロジェクトの授業を通して得る学習体験について理解する。そのためには、さまざまな情報技術を活用するがその準備、ツールを使った学生同士の自己紹介を実施する。 この授業のための予習 (時間) : なし 復習 (時間) : ミニッツペーパーを記入して翌日までに提出。(60分) 次回までの予習 (時間) ・マーケティングの仕事について書かれた指定文献を読み、マーケティングの仕事がどんなものか、だいたい雰囲気をつかむ。 ・指定文献を読み、デジタルマーケティングについてどんなものか雰囲気をつかむ。 ・次回の授業では、クライアントからイベント集客の仕事の依頼がある。その際、どのような仕事なのかをきちんと聴くために、指定する文献について読み、なにを聴かなければならないのか聴かなければならない項目を決めておく (次回の授業で発表してもらう場合があるのですぐに項目をいえるようにノートに書いておく)。(180分) 第2回 【遠隔】 クライアント聴取 (プロジェクトの発表) 本授業で取り組むプロジェクトでは、あるイベントへの集客を実践する。プロジェクト概要、イベントの内容、今後の進め方、求められているアクション項目などを主催者 (今回のプロジェクトのクライアント) から説明をもらい、自分たち (あなたはクライアントから仕事を依頼された同じ会社のマーケティング部または外部の広告代理店となってもらいます) が行う仕事の「要件定義」を整理する。 復習 (時間) : ミニッツペーパー提出。(60分) 予習 (時間) : 要件定義を提出 (180分) 第3回 【遠隔】 要件定義の整理、ペルソナ、セグメンテーション、ターゲット 各自が課題として考えた要件定義について、学生同士で互いに確認して、不明点や疑問点を洗い出し、明確にする。その後、要件定義に基づき、イベント価値を検討する。その上でそのイベント価値に興味を持ちそうな人 (ペルソナ) を考え、セグメンテーション、ターゲットを行う。 復習 (時間) : ミニッツペーパー提出。要件定義ワークシートを修正 (30分) 予習 (時間) : 指定フォーマットに、イベント価値、ペルソナ、セグメンテーション、ターゲットについて集客アイディアとしてまとめ、提出する。(240分) 第4回 【遠隔】 集客アイディアを考える 集客アイディアに必要な項目の最後として、ポジショニングを学び、イベントの「独自性」考える。 復習 (時間) : ミニッツペーパー提出。イベント価値の修正、ペルソナ、セグメンテーション、ターゲット、ポジショニングの追記@プロジェクト要件定義ワークシート提出 (120分) 予習 (時間) : 集客アイディア@プロジェクト要件定義ワークシートを提出 (120分) 第5回 【課題】 集客アイディアをスライドにまとめる 集客アイディア (イベント価値、ペルソナ、セグメンテーション、ターゲット、ポジショニング) について、プレゼンスライドに、課題としてまとめる。 課題に取り組むにあたっては、人に伝わるように工夫をするため、「伝わるデザイン～高校生のための研究発表の手引き～」を読んで実践する。見落としがちな、1 ページではなく、4 ページあるので注意すること (学習時間 : 90分) 復習 (時間) 自習した内容をもとに、ミニッツペーパーを記入して自習した翌日までに提出。(30分) 予習 (時間) プレゼンスライドの作成について指定文献を読んで学習し、人に伝わるように集客アイディアをプレゼンスライドにして提出すること。自分が使えるプレゼンツール (パワーポイント、グーグルスライドなど) で構わない。(210分) 第6回 集客アイディアの共有 集客アイディアをスライドを使って互いに共有し、アイディアを交換し、協働する。 復習 (時間) : ミニッツペーパー提出、集客アイディアのスライドをブラッシュアップ (120分) 予習 (時間) : 授業で学んだマーケティングファネル、プロモーションミックスの観点から、集客アイディアに、集告知内容や告知方法について考えたコミュニケーションプランも含めて集客プランに落として整理する (120分)		

	第7回	消費者行動（マーケティングファネル）、プロモーションミックス 前回から引き続き、消費者行動（マーケティングファネル）、プロモーションミックスについて、学ぶ。 復習（時間） 自習した内容をもとに、ミニッツペーパーを記入して自習した翌日までに提出（30分） 予習（時間） 指定文献を参考に、コミュニケーションプランを再考し、ブラッシュアップして、提出する（210分）
	第8回	集客プラン（集客アイディア+コミュニケーションプラン）の共有 集客プラン（集客アイディア+コミュニケーションプラン）をスライドを使って互いに共有し、アイディアを交換し、協働する。 復習（時間）：ミニッツペーパー提出。集客プランをブラッシュアップし、次回授業前日までに提出。（120分） 予習（時間）：今後、集客プランを元に次回ポスター（プロトタイプ、カンパ）制作を行う。集客プランに含まれるコミュニケーションプランに基づきポスターに掲載するさまざまな情報を、検討し、ポスター掲載情報ワークシートを提出。なお、授業では、ポスターカンパの素材（写真イメージやイラスト、チャート等）はすでに用意されているものを配置するのでそれぞれが制作する必要はない。学生は主にテキストや素材をどのようにポスターに配置するのかに集中して作業をする。（120分）
	第9回	【課題】これまで学んだ理論やフレームワークの振り返り いままで学んだ理論やフレームワーク、テンプレートに従い、まとめて、次回の授業までに提出する。（学習時間：90分） 復習（時間）：振り返り学習を行った上で、集客プランをブラッシュアップし、次回授業前日までに提出・指定のワークシートに沿って、これまで学んだ理論、フレームワークを振り返り、まとめる。（240分）
	第10回	ポスターカンパ（1/3回） 集客プランに含まれるコミュニケーションプランに基づき、告知するチャネルやメディアの特性、ターゲットオーディエンス、マーケティングファネルなどを考慮して、ポスターに掲載する情報の選択、表現、効果的に伝えることを学び、考える。なお、ポスターカンパは、主催者向けプレゼンテーションの一部となる。当日は、クリエイターをお招きし、講師が対談する形式で授業を行う。 復習（時間）：ミニッツペーパー提出、ポスター掲載情報ワークシートの修正（40分） 予習（時間）：手書きでかまわないので、どの素材をどこに、どのように配置し、表現するかわかるレベルで、各自ポスターのラフスケッチを制作。もちろん、Adobe CC-AIを活用してもよいし、パワーポイントなどのプレゼンツールを活用してもよい。ファイルや写真を提出（200分）
	第11回	ポスターカンパ（2/3回） 集客プランに含まれるコミュニケーションプランに基づき、告知するチャネルやメディアの特性、ターゲットオーディエンス、マーケティングファネルなどを考慮して、ポスターに掲載する情報の選択、表現、効果的に伝えることを学び、考える。なお、ポスターカンパは、主催者向けプレゼンテーションの一部となる。当日は、外部講師による授業を実施する。 復習（時間）：ミニッツペーパー提出（30分） 予習（時間）：Adobe CC-AIで、各自ポスター制作を継続。できたところまでポスターカンパ（Adobe CC-AI形式）を課題として提出（210分）
	第12回	ポスターカンパ（3/3回） 集客プランに含まれるコミュニケーションプランに基づき、告知するチャネルやメディアの特性、ターゲットオーディエンス、マーケティングファネルなどを考慮して、ポスターに掲載する情報の選択、表現、効果的に伝えることを学び、考える。なお、ポスターカンパは、主催者向けプレゼンテーションの一部となる。当日は、外部講師による授業を実施する。 復習（時間）：ミニッツペーパー提出（30分） 予習（時間）：今回はクライアントへのプレゼンテーション（コンペ）を行う。集客プラン（集客アイディアおよびコミュニケーションプラン）、ポスターを使って各自7分で説明する準備をしておくこと（210分）
	第13回	【課題】プレゼンテーションの準備、練習 指定文献、映像を見て、最終プレゼンテーションをするための知識やスキルを知る。（学習時間：90分） 復習（時間）：ミニッツペーパー提出（30分） 予習（時間）：今回はクライアントへのプレゼンテーション（コンペ）を行う。集客プラン（集客アイディアおよびコミュニケーションプラン）、ポスターを使って各自7分で説明するためのスライドの制作と練習をしておくこと。友人や親族に対して、実際にプレゼンをして、フィードバックを得ておくこと（210分）
	第14回	クライアントへのプレゼンテーション（コンペ） クライアント（主催者）に対して、全員がそれぞれプレゼンテーションする。 復習（時間）：ミニッツペーパー提出（30分） 予習（時間）：今回は振り返りの最終小テストを実施する。これまで提出した課題の中から出題するので各自もう一度読み直しておく。（210分）
	第15回	採用プラン決定&講義最終テスト クライアント（主催者）からの採用プラン発表&総評。その後、最終テストを実施。 復習（時間）：マーケティングの仕事の体験をした振り返りシートを提出する（240分）
	授業を通して身に付けることができる能力（DP）	・実践力を身に付け、組織において協働できる能力を身に付けることができる

到達目標	①マーケットの観点から、高崎周辺地域の特徴を把握する。②すべてのビジネスに共通する考え方である「顧客価値」や「顧客体験」を理解する。③企業で実践されているプロモーションミックスのプロセスやフレームワークを活用して、マーケティング実行プランを作成できる。
課題や小テスト等のフィードバックの方法	課題提出や小テストは、Google Classroomを利用して実施する。Google Classroom上で、随時評価の上返却する。
履修上の注意	(1) 授業中は学生所有のスマートフォンなどデジタルデバイスによる回答、調査、課題提出を求める。スマートフォンを所有していない場合は、事務局に相談し、なんらかのデジタルデバイスの貸出を受けて授業に出席すること。また、課題提出や小テストの受講にはGmailアカウントが必要となる。持っていない学生は最初の授業までに作成しておくこと。 (2) 情報技術全般について、学生固有の問題について講師は一切のフォローをしない。すべて自己解決すること。 (3) 評価対象の一部となる授業態度として、授業を聴くのではなく、授業と一緒に創る姿勢を評価する。 (4) 授業開始後15分以内の着席は遅刻とし、遅刻3回目の授業は欠席扱いとする。また、授業開始後15分を超えての着席は欠席扱いとする。 (5) 定期試験を実施しないため、毎回の授業での出席数が全授業数の2/3を満たしていない場合には評価対象にならず、評価不能「K」の扱いとする。 (6) 座席は原則自由だが、授業の進行上、講師が移動を指示した場合は、これに従うものとする。 (7) 学生の理解度に応じ、授業計画の項目の一部を修正する場合がある。
成績評価の方法・基準	・授業参加意欲および貢献度（講師側からの問いかけに対するレスポンス、ピアレビュー時の質問数、質問の質、最初に発表することを志願など）：30% ・課題に対する評価：70% なお、定期試験はしない。
教科書	なし
参考書・教材	授業の中で随時指定する。
備考	2020年度は、第5回、第9回、第13回を課題研究として学修する。 第5回：当初シラバスの「授業時の講義内容」に充当する資料と「授業時の指示」を代替する資料の配信、および作業指示を課題提出フォーマット上などで行い、資料にて得た知識を活用した作成したプレゼンテーションスライドを課題として提出することを当初シラバス通り実施する。これらの指示確認等を直前の遠隔授業で行う。全体で330分の学修を想定している。 第9回：第5回目と同様に、指示確認を直前の対面授業にて行う。全体で330分の学修を想定している。 第13回：第5回目と同様に、指示確認を直前の対面授業にて行う。全体で330分の学修を想定している。
教員との連絡方法	Google ClassroomまたはMellyにて、講師とコミュニケーションがとれるので、それを利用して講師に連絡すること。