

|                  |  |              |               |
|------------------|--|--------------|---------------|
| 授業科目名<br>( 英文名 ) | 経営学特講 ( エリアマーケティング論 ) ( 経営学部・専門科目 ) ( Introduction to Area Marketing )   | 科目区分<br>対象学生 |               |
| 単位数              | 2.0  | 開講年次・<br>学期  | 2年次以降 前期      |
| 担当教員             | 川向 肇   | 所属           | 大学院 応用情報科学研究科 |
| オフィス・場所          |  | 連絡先          |               |
| 講義目的及び到達目標       | エリアマーケティングの基本概念と、それに用いるツールを説明し、その理解を深めるとともに、データから得た結果のプレゼンテーション技法を習得する。  |              |               |
| 講義内容・授業計画        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.マーケティング入門、経済学、ミクロ経済学、組織論</li> <li>2.競争を避けるには</li> <li>3.空間は同質か</li> <li>4.空間表現のツールとしてのGIS</li> <li>5.GISとは何か</li> <li>6.GISを使ってみる</li> <li>7.計画と理想、夢とマーケティング</li> <li>8.人を説得する方法とそのポイント</li> <li>9.説得するためのツールとしてのPrezi</li> <li>10.視覚化の利点と欠点</li> <li>11.OpenDataの利用</li> <li>12.エリアマーケティングで利用される諸手法の概念的紹介</li> </ol> <p>など</p> |              |               |
| テキスト             | 基本的にWordpress上で公開した資料によるPDFファイルも作成して配布の予定  |              |               |
| 参考文献             | 別途指示する   |              |               |
| 成績評価の基準・方法       | 小テスト20点(ほぼ毎回実施予定)<br>最終レポート80点   |              |               |
| 履修上の注意・履修要件      | 対話型授業を行う。適宜実習を講義中にも実施する。<br><br>自宅でインターネットに接続できる環境があることが望ましい。  |              |               |
| 実践的教育            | 該当しない。   |              |               |
| 備考               |  |              |               |