

授業科目名 (英文名)	外書演習 (Advanced seminar)	科目区分 対象学生	
単位数	4.0	開講年次・ 学期	2
担当教員	上瀬 昭司 藤川 健	所属	経営学部
オフィス・場所		連絡先	
講義目的及び到達目標	<p><b>講義目的</b></p> <p>○前期：前期は上瀬が担当します。外書演習の目的は、専門書を原書で読むということです。かつては欧米の先進的な技術・学問を素早く導入する目的で、講義では、専門書が原書で講読されていました。近年では、情報化・グローバル化の進展によって、原書が出版されて間を置かずに翻訳本が出版されたり、日本人が行った研究が世界的に評価されるようになってきましたが、優れた専門書が全て翻訳されるわけではありません。また、どれほど流暢な日本語訳であっても、原書に当たらなければその微妙なニュアンスが伝わらないことがあります。少々難解な専門用語が出てきても、臆さずに読み進めることが重要です。前期は「顧客エンゲージメント」関連の文献を読んでいきます。今世紀に入り、ソーシャルメディアの普及によって、口コミの威力は格段に強くなりました。このように顧客を巻き込んで情報発信していくことを「顧客エンゲージメント」と呼んでいます。その意義や因果関係を学術的に整理していきます。</p> <p>○後期：後期は藤川が担当します。後期では、特定の産業を分析するための視点を身に付けることを目的としている。その狙いは次の通りである。大半の学生は何らかの業界に属する個別の企業に就職することになる。しかしながら、そのような業界を分析する方法を学ぶ機会は意外に少ない。したがって、この講義では如何に産業を分析すればよいのかを専門書の輪読やグループワークを通して学習する。</p> <p><b>到達目標</b></p> <p>○前期：多少長い英文であっても、電子辞書を片手に、専門書を臆さずに読めるようになる。現実に行っている様々な現象を論理的に考えることができるようになる。</p> <p>○後期：業界を分析するフレームワークを知るだけでなく、後の演習や就職活動で必要となる論理的思考能力、コミュニケーション能力、プレゼンテーション能力を養うことも意図している。</p>		
講義内容・授業計画	<p><b>講義内容</b></p> <p>○前期 逐次訳するのではなく、節ごと、段落ごとにどのような内容がかかれていたのか大意を把握し、筆者の論理構造を明らかにしていく。前期の最後の授業までに、それまでに読んだ内容の要約と、その中で特に興味をもったことについて身のまわりの出来事や他の文献と照らし合わせてエッセーを書き、提出する。</p> <p>○後期 まず、幾つかの産業を分析した既存の英語・日本語の文献やデータ集等から産業を分析するための手法を学ぶ。その後、受講生自らが関心のある産業を選択し、実際に学んだ分析ツールを用いてプレゼンテーションやディスカッションを行う。</p> <p><b>授業計画</b></p> <p>○前期 (第1回から第15回) 受講者の理解度に応じて進度を調節する。</p> <p>○後期 第16回 ガイダンス 第17～23回 専門書の輪読 第24～29回 特定の産業の分析 第30回 まとめ</p>		
テキスト	<p>○前期 Journal of Service ResearchやJournal of the Academy of Marketing Science等の学会誌に掲載された Customer Engagement 関連の論文を事前にコピーし、配布します。講義が始まるまでに読んでおいてください。</p> <p>○後期 講義中に適宜指示する。</p>		

参考文献	<p>○前期 必要なものがあれば、講義中に適宜支持する。</p> <p>○後期 講義中に適宜指示する。</p>
成績評価の基準・方法	<p>前期50点、後期50点の配点で各担当教員が評価する。評価基準は以下のとおりである。</p> <p>○前期 授業への貢献度（40点）+ エッセー（10点）</p> <p>○後期 グループワークや課題等での取組（35点）と授業への貢献度（15点）で総合的に評価する。</p>
履修上の注意・履修要件	<p>本演習では、2人の教員が前期と後期に分かれて担当します。前期は上瀬が、後期は藤川が担当します。不明な点があれば、各担当者の研究室訪問を利用して下さい。体調不良等でゼミを欠席する場合は、必ず担当教員に連絡してください。</p>
実践的教育	
備考	<p>前期担当教員の専門は商学（流通・商業・マーケティング）であり、学部ではマーケティング論を担当している。</p> <p>後期担当教員の専門は中小企業論・中小企業経営論であり、製造業に高い関心を持っている。</p>