

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	松村 浩貴	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> 英語のテキストまたはインターネットからの英文記事を読むことで、読解力を養うとともに、テーマに関する知識を深める。</p> <p><b>【到達目標】</b> テーマに関する知識を育み、客観的にものを考え、多方面から問題意識を持つことができるようにする。そしてその問題を解決するために、論理的にものを考える力を養う。</p>		
講義内容・授業計画	<p>本ゼミでは消費者行動について、スポーツ用品を題材にして学んでいきます。</p> <p>前期ではまず、消費者行動とはどういうものか、スポーツマーケティングとはどういうものかを理解したうえで、スポーツ用品メーカーを事例にし、各スポーツ用品メーカーの歴史的背景・戦略的特徴などを話し合います。次に、顧客ベースのブランドマネジメントに関する英語のテキストを輪読し、ブランドと消費者の関連性について理解を深めます。</p> <p>後期は、前期で習得した知識をもとにフィールドワークを行います。具体的には、ランニングシューズの消費者を対象に、購買行動やブランド・リレーションシップに関するアンケート調査を実施します。この調査から得られたデータを集計・分析し、ブランドと消費者の絆を深めるにはどうしたらよいか？再購買してもらうにはどういう要素が重要なのか？などを考察します。この結果をもとにグループでプレゼンテーションをし、お互いにディスカッションを行います。</p>		
テキスト	Kevin L. Keller 「Strategic Brand Management」 (Pearson International Edition)		
参考文献	授業中に適宜指示する。		
成績評価の基準・方法	出席、授業への取り組み、ディスカッションへの積極的な参加、クラスでの発表などから総合的に評価する。		
履修上の注意・履修要件	必ず予習をして出席すること。無断欠席は認めない。		
実践的教育			
備考			