

科目コード／科目名 (Course Code / Course Title)	自動登録／ビジネス概論A (Introductory Business A)		
担当者名 (Instructor)	石川 淳 (ISHIKAWA JUN)		
学期 (Semester)	秋学期(Fall Semester)	単位 (Credit)	2単位(2 Credits)
科目ナンバリング (Course Number)	BUS1000	言語 (Language)	日本語 (Japanese)
備考 (Notes)			

授業の目標 (Course Objectives)

ビジネス概論Aでは、経営学を学ぶ上で必要な3つの専門分野の基礎(マネジメント、コミュニケーション、マーケティング)を学ぶことで、専門科目への橋渡しを行う。

In Introductory Business A, students will study the basics of the three required areas of specialization in business—management, communication and marketing so that they will have the foundation to study other more highly specialized subjects.

授業の内容 (Course Contents)

経営学の学びを深めていくうえで必要なマネジメント、コミュニケーション、マーケティングについて、具体的な企業のケースを題材にしながら、基本的な理論を学ぶ。

それぞれの専門分野を担当する教員が各クラスを4回ずつローテーションで講義を行いながら進める。

Students will learn the basic theory of management, communication and marketing needed to deepen their understanding of business administration while studying actual business cases. The lectures will be conducted by three instructors in charge of different areas of specialization who will teach in rotation.

授業計画 (Course Schedule)

1. オリエンテーション
(対面実施)
2. マネジメント1: マネジメントと人の心理・行動
(オンライン実施)
3. マネジメント2: マネジメントと人間関係
(オンライン実施)
4. マネジメント3: モチベーションの基礎
(オンライン実施)
5. マネジメント4: リーダーシップの基礎
(オンライン実施)
6. コミュニケーション1: コミュニケーションの定義と理論
(オンライン実施)
7. コミュニケーション2: ブランド構築とコミュニケーション
(オンライン実施)
8. コミュニケーション3: 広告・PRの実際
(オンライン実施)
9. コミュニケーション4: クライシス・コミュニケーション
(オンライン実施)
10. マーケティング1: マーケティングの捉え方とマーケティング・コンセプト
(オンライン実施)
11. マーケティング2: 企業におけるマーケティングの機能・役割とビジネス戦略の基本枠組み
(オンライン実施)
12. マーケティング3: マーケティング戦略の構築プロセス(事業の定義と標的市場の捉え方と選定)
(オンライン実施)
13. マーケティング4: マーケティング・ミックスの考え方と戦略開発
(オンライン実施)
14. まとめと授業内テスト
(対面実施)

授業時間外(予習・復習等)の学習 (Study Required Outside of Class)

授業時に指示する。

成績評価方法・基準 (Evaluation)

授業内テスト(40%)/その他(授業参加度、リアクションペーパー等)(60%)

テキスト(Textbooks)

指定教科書はなし。

参考文献(Readings)

各教員が、講義の中で随時指定します。

その他(HP等)(Others(e.g. HP))

注意事項(Notice)