

授業科目名	ビジネス実践演習 2	担当教員名	高橋暁美 (実務経験のある教員)
		E-mail	
授業形態	講義+演習 (PBL)	オフィスアワー	
コース		授業体制	
単位		配当年次	3年次 後期
アクティヴ・ラーニング	分類 2-3. プレゼンテーションやリバー ス・プレゼンテーション 分類 2-5. アンケートやインタビュー 分類 4-3. 自由討論 分類 4-4. 事例研究 分類 4-9. 質問に対するグループワーク 分類 5-1. 学生が協力して行うプロジェ クト	必修・選択	
授業概要	<p>本授業は、「マーケティング」「経営戦略入門」「現代ビジネス論」「ビジネス実践演習 1」で修得した知識・分析力・実践力を統合し、《協力企業から提示された実際の課題》に対して解決策を提案する PBL（課題解決型学習）である。</p> <p>履修者は企業と連携し、実務課題（例：新商品開発、販促戦略、顧客獲得、地域連携など）に対して、調査・分析・提案を行う。必要に応じて企業担当者へのヒアリングや現地調査を実施し、実務に即した解決策を構築する。</p> <p>最終的には企業担当者に対してプレゼンテーションを行い、「実現可能性」と「ビジネス価値」を重視した提案を行う。</p>		
到達目標	<p>本授業の到達目標は以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 企業課題を正確に理解・定義できる ② ヒアリング・調査を通じて情報収集ができる ③ マーケティング・戦略理論を実務に適用できる ④ データ・事実に基づいた分析ができる ⑤ 実現可能なビジネス提案を構築できる ⑥ 企業に対して説得力のあるプレゼンができる ⑦ チームでプロジェクトを遂行できる 		
受講条件	「ビジネス実務総論1・2」「経営戦略入門」「マーケティング」「現代ビジネス論」を履修済みのこと		
授業計画	No	内容	授業外学習（予習90分）
	1	ガイダンス／企業課題提示 内容：企業担当者※による課題説明／グループ編成	企業情報の収集
	2	課題理解 内容：課題の背景・目的整理	企業分析
	3	調査設計 内容：ヒアリング設計・仮説設定	質問項目作成
	4	企業ヒアリング 内容：企業担当者への質問	ヒアリング整理
	5	市場分析 内容：顧客・競合分析	データ収集
	6	顧客分析 内容：ターゲット理解	ペルソナ作成
	7	課題構造化 内容：問題分解	課題整理
	8	戦略分析 内容：3C・SWOT	分析資料作成
9	アイデア創出	アイデア整理	

	内容：ブレインストーミング	
10	施策設計 内容：具体的提案作成	企画書作成
11	中間発表 内容：企業への中間提案	改善
12	実現可能性検討 内容：コスト・実行性	修正
13	最終資料作成 内容：プレゼン資料完成	発表練習
14	最終発表 内容：企業へのプレゼン	振り返り
15	総括 内容：学びの整理・キャリア接続	レポート作成
評価	授業参加・貢献度 30% 中間発表 20% 最終発表（実務提案） 30% 期末レポート 20%	
テキスト	テキストは適宜、配布します	
参考文献	大出敦・直江健介, 2020, 『アカデミック・スキルズ プレゼンテーション入門:学生のためのプレゼン上達術』慶應義塾大学出版会. [ISBN: 9784766425734] 市古みどり・上岡真紀子・保坂睦, 2014, 『資料検索入門—レポート・論文を書くために』慶應義塾大学出版会. [ISBN: 9784766420517] 西山敏樹・鈴木亮子・大西幸周, 2013, 『データ収集・分析入門—社会を効果的に読み解く技法』慶應義塾大学出版会. [ISBN: 9784766420500] 西山敏樹・常盤拓司・鈴木亮子・慶應義塾大学教養研究センター, 2015, 『実地調査入門:社会調査の第一歩』慶應義塾大学出版会. [ISBN: 9784766422566]	
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・受講生の人数や理解度等に応じて授業の進め方が変わる場合があります。 ・本講義は、受講生相互のグループワーク、ディスカッション、プレゼンテーション等を取り入れます。授業への積極的な参加を期待します。 ・グループワークの進捗度合いによっては、授業が延長になることもあります。また、講義時間以外にも作業時間が必要になることがあります ・〇回以上欠席した場合は、特別な理由がない限り不可とします。 ・レポート課題が未提出の場合は不可とします。 ・欠席の場合は、授業日午前〇時までには欠席届をあらかじめ提出すること。無断欠席は減点の対象とします。 	