

科目名	生活者マーケティング	
担当者	江上 節子	
配当学期	春学期	
単位	2単位	
授業概要	<p>生活者である消費者と従業員、地域の信頼を得ている組織とはどのような理念を持っているのか。組織が社会で評価され、持続的成長を果たしていくには、どのような組織理念が重要なのか。そうした組織はどのような組織文化を築いているのか。本授業は、組織理念、組織文化の理論的枠組みと、生活者重視の組織の事例とその方法論を学習する。また、公共性の高い事業と民間事業の、事業領域における組織文化、コンテキスト、リーダーシップの違いも観察する。</p> <p>具体的なケース研究として、国鉄民営化の事例を取り上げ、討議、研究する。</p>	
授業の到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 組織理念、組織文化の意味、機能、役割を習得する。</li> <li>・ 生活者重視のアプローチの手法を習得する。</li> </ul>	
授業計画	<p>(1)オリエンテーション</p> <p>(2)～(3)生活者とは何か。生活者重視、市場重視の系譜</p> <p>(4)～(5)組織文化とは。</p> <p>(6)～(7)組織文化とリーダーシップ</p> <p>(8)～(9)組織理念と生活者アプローチ</p> <p>(10)～(11)国鉄の民営化にみる生活者アプローチ</p> <p>(12)～(13)討議と研究発表</p> <p>(14)研究発表</p> <p>(15)総括授業</p>	
教科書	初回授業で指示する。授業で文献資料配布も予定。	
参考文献	初回授業で紹介する。	
成績評価方法		評価基準
	期末レポート 50 %	レポートの質
	平常点評価 50 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出席</li> <li>・ 積極的な意見、発言、討論</li> <li>・ 積極的な学習姿勢</li> <li>・ ワークショップの活動推進力</li> <li>・ 発表のプレゼンテーション</li> <li>・ ミニ・レポート等の課題</li> </ul>
関連 URL		
備考	<p>後期「情報行動論」も合わせた履修が望ましい。</p> <p>時間割は、隔週の月曜日の6限と7限の連続授業である。</p>	