

ティーチング・ステートメント

所属 観光マネジメント学科
名前 澁瀬 雅彦
作成日 2022.02.17

【責任】

観光マネジメント学科に所属し、おもにマーケティング・社会力養成に関する授業を担当している。担当科目は「マーケティング 1・2」「マーケティングリサーチ」「消費者行動論」「データサイエンスとビジネス」「ゼミナール」、「社会力演習 1/2」「キャリアデザイン 3/4」などである。

【理念】

私の掲げる理念は、「学問と社会とのつながりを感じて、学ぶことの楽しさ・面白さを知り、能動的に勉強していくことで、自ら考えて動ける社会人になって欲しい」である。背景として、複雑に入り組み変化の激しい社会環境の中で、これまでの日本の商習慣や構造もまた大きく変化することが予測されている。これから社会に出ていく学生は、既存ルールに従って無思考で働くよりも、“能動的に自分で考えて動いていくこと”が重要であると考えた。そのための前提条件として、講義内容と実社会の関係性をブリッジさせて、学生に身近なテーマやニュースについて考えて、体験する習慣をつけ、学ぶことの楽しさ面白さを感じて、自ら能動的に学習し考えていくことが必要と感じたためである。

【方針・方法】

方針1「学生が勉強の面白さ・楽しさを実感してもらえようにしたい」

(方法論)

- ・講義において、最新のニュースやビジネスケース、学生に興味がありそうなトピックをとりあげて、そこに対する考えをまとめてもらう。具体的には、マーケティングの事象の場合、ヒット商品が流行る理由やすたれる理由などを自ら調べていくことで、マーケティングの面白さを実感してもらえないかと考えている。
- ・企業実務家との接点をもうけていき、学習内容が社会に出ても意味があるものであることを動機付ける。
- ・レポートなどで集約した考えについて、教員側でできるかぎりフィードバックを行い、さらなる思考のきっかけを作っていく。
- ・上記のような取組をへて、授業以外の時間で、自らが興味をもったことを能動的に調べていき、考えていくことを促進する。

方針2「在学中、学生が社会に出たときの心構えを持てるようにする」

(方法論)

- ・自身のキャリア、進路について考えるきっかけを作るために、実務家を講義に招聘して、キャリアプランや実際の働き方について触れる機会を増やす。
- ・グループワークなどで、役割分担や情報共有方法などの進め方についての説明を丁寧に行う。
- ・経営戦略などの企業の意思決定において、100%すべてのケースで正解となることは少ないことを実感してもらうために、ビジネスケースの二律背反性を感じてもらえるようにする。

方針3「講義内容の知識理解度を高める」

(方法論)

- ・講義において、最新のニュースやビジネスケース、学生に興味がありそうなトピックをとりあげて、身近なケースで理論を解釈できるようにする。
- ・動画やCMなど、講義中で紹介する事例は適宜導入する。
- ・講義スライドについて、補足的な資料を用意して、学習したことを自ら学べるようにする。
- ・毎回授業のサマリーと前回振り返りを行い、講義に望む学生の理解度を高めていく。
- ・かならず質疑やアンケートによる疑問点集約を毎授業で行い、次週にフィードバックを行っていく。

方針4「自分を表現する経験を通じて、コミュニケーション力を高める」

(方法論)

- ・グループワークを行う。進め方のガイドも丁寧に行っていく。(社会力演習・ゼミ)
- ・プレゼンテーションの機会を設けて、表現力についてのフィードバックを適宜行う。(社会力演習・ゼミ)
- ・見本になれるように、教員は丁寧な語り口やわかりやすいプレゼンテーションを心がける。(全授業)
- ・実務家と話す機会を、ワークや外部講師などで設けていく(ゼミ・各授業)

【成果・評価】

- ・学期末の授業評価において、いずれの授業でも受講生の9割はポジティブな評価である。(ネガティブ評価は1～5%程度)
- ・授業評価において、明示的に取り組んだ評価として以下のようなことがあげられる。「動画やCMなどの紹介することで、理解度を高めるとともに、メリハリが付き集中できるなどの定性的評価」「分析ワークにおいても、作業説明動画をアップロードしたため、講義中のワークを自分のペースで行える、復習もわかりやすく行うことができるなど高評価であった」
- ・プレゼンテーションの方法についても、実施講義において、春学期の頃と比べて、資料スライドの作り方や話し方などが習熟している印象である。

【目標】

<短期目標>

- ・マーケティングのケース事例を収集していき、教育用の資料を作成する(マーケティング関連科目)
- ・初年度はコロナのためリモート講義が主であったため、対面講義における語り口や講義進行方法について、適切な方法を見出し実践していく(マーケティング関連科目)。
- ・生徒のレベルに応じた適切な課題設定を行う。その際にルーブリックによる評価視点を明示する(全科目)。

<長期目標>

- ・学生の理解度、成長に応じて、外部のマーケティングコンペ大会や企業実務との連携プレゼンなどを企画して、社会とのつながりを実感してもらえる機会を設定していく。

以上