

登録コード	J9040200	開講年度	2026				
授業科目	Global Business				担当教員	林 英美 他	
英文授業名	Global Business				副担当		
単位数	2	講義期間	後期	曜日・時限	木曜・3時限	対象学年	(20カリ対象科目) 経：2年/法：2年
講義室	経法401 演習室		授業区分	演習	遠隔授業科目		
信大コンピテンシー	非該当						
(1)授業の達成目標	授業で得られる「学位授与の方針」				⇔	【授業の達成目標】	
	経法20加						
	現代社会が抱える課題に対して、社会科学の専門性を軸とする解決方法を提案し、自然科学と協働しながら課題解決に導く力を身につける。				⇔	・学生が、基礎的な経営活動・企業調査を実施し、ビジネスプレゼンテーションを作成できるようになる。 ・学生が、マーケティングに関連したコンセプトについて学び、英語で基礎的な概念理解ができるようになる。	
	社会資源の制約のなかで解決方法を創り出す能力、多様な価値観の中で対立を回避する危機管理能力を応用力として身につけ、それを発揮できる力を身につける。				⇔	「人間性」と共に「SDGs（持続可能な開発目標）」が一つのテーマであり、環境対策や再生エネルギーに対しても理解できるになる。	
	経法20加・応用経済						
	専門知識を応用・実践する力として、計量的分析手法によるデータ解析を用いたリスクの定量的評価、実験経済学による社会制度の機能の検証、医療や福祉の現場における社会調査の手法を実践した地域の問題発掘、法の経済分析を通じた法制度の効果・影響の検証、などのスキルを習得し、経済の実情に即した政策提言、あるいは企業行動の決定を行うことができる能力を身につける。				⇔	専門知識を応用・実践する力として、基礎的な経営活動・企業調査を実施し、ビジネスプレゼンテーションを作成できるようになる。	
	経法20加・総合法律						
	環境問題や、企業や行政の組織内において、日々生起する諸問題について、理工学分野や経済学分野の思考方法にも一定の理解を持ち、総合的に解決していくことのできる能力を身につける。				⇔	経済学分野の思考方法として、グローバルビジネスと関連の深い企業や組織について、マーケティングの視点から論理的に洞察できるようにすること、さらにマーケティング手法を用いて実証的に分析できるようになる。	
(2)授業で学べる「テーマ」	地域運営						
(3)全学横断特別教育プログラム							
(4)授業の概要	Course Description: 講義、グループワークやプレゼンテーションなどの課題には、最新のマーケティング関連資料を扱います。学内外でのリサーチ活動を通じて、グループメンバーと協力しながら実践的に学びます。 This course incorporates lectures, group work, and presentations using the latest marketing cases and materials. Students will conduct research both on and off campus, fostering collaborative learning and deepening connections with their group members. Research and Presentation: 実在する企業について研究し発表します。 Students will analyze a real-world company and present their actionable ideas and findings. Teaching Approach: この授業は、実務経験のある講師がアクティブラーニング形式で授業を進めます。 Taught by an instructor with practical industry experience, this course strongly emphasizes an active learning approach.						
(5)授業計画	Week 1: Course Introduction and Overview of the Real-World Business Project 第1週：コースの導入と実践ビジネスプロジェクトの概要 Week 2: The Path to Marketing 7.0 (Ch 1) and Current Situation Analysis 第2週：マーケティング7.0への道（第1章）と提携企業の現状分析 Week 3: Cognitive Mapping & Deep Insights (Ch 6) and Target Audience Definition 第3週：認知マッピングと深いインサイト（第6章）および新製品のターゲット顧客の明確化 Week 4: Value Proposition (Ch 8) and New Product Concept Generation 第4週：価値提案（第8章）および新製品のコンセプト立案 Week 5: Fieldwork / Company Visit and Concept Refinement 第5週：企業訪問（フィールドワーク）および現場の視点を取り入れたコンセプト修正 Week 6: Brand Storytelling (Ch 7) and Value Proposition Design 第6週：ブランド・ストーリーテリング（第7章）および製品デザインの土台となる提供価値の言語化 Week 7: Group Work: Finalizing the New Product Concept 第7週：グループワーク：新製品コンセプトの確定に向けたディスカッション Week 8: Project Presentation 1 (Product Concept & Target Audience) 第8週：第1回プレゼンテーション（新製品コンセプトとターゲット顧客の発表）						

(5)授業計画	Week 9: Group Work: Visualizing the Concept into Product Design (Utilizing AI Tools) 第9週：グループワーク：コンセプトの視覚化と製品デザインの作成（AIツールの活用） Week 10: Mind-Centric Marketing in the Age of AI (Ch 5) and Exploring PR Strategies 第10週：AI時代のマインド中心マーケティング（第5章）および新製品のPR戦略の検討 Week 11: Customer Experience (Ch 10) and PR Strategy Formulation 第11週：カスタマーエクスペリエンス（第10章）および具体的なPR・プロモーション施策の立案 Week 12: Group Work: Finalizing Product Design and PR Plan 第12週：グループワーク：製品デザインとPRプランの最終調整 Week 13: Preparation and Rehearsal for Final Presentation 第13週：最終プレゼンテーションに向けた準備とリハーサル Week 14: Course Wrap-up & Reflection on Marketing 7.0 第14週：授業の総括およびマーケティング7.0実践の振り返り Week 15: Review Week and Final Project Pitch Event 第15週：レビューウィーク（振り返り）および最終製品ピッチイベント Week 16: Final Exam and Course Evaluation Survey 第16週：期末テストおよび授業評価アンケート
(6)成績評価の方法	1. Mid-term & Final Presentations (2 in total, 15% each) : 30% 中間・最終プレゼンテーション（計2回、各15%）：30% 2. In-class Activities & Short Assignments (Designed for lighter workload) : 30% 授業内ワーク・小課題：30% 3. Final Exam : 30% 期末テスト：30% 4. Class Participation & Group Work Contribution (Evaluated based on active engagement in class discussions and collaboration with team members) : 10% 平常点（毎回の授業内ディスカッションへの参加姿勢や、グループワークにおけるチームへの貢献度）：10% Please refer to the syllabus for the schedule. It will also be explained during the first class. 実施日については、授業計画を参照のこと。初回授業でも説明する。
(7)成績評価の基準	S (90点以上) 履修目標を十分に達成し、きわめて優秀な成果をおさめている。 A (90点未満から80点以上) 履修目標を十分に達成している。 B (80点未満から70点以上) 履修目標を達成している。 C (70点未満から60点以上) 履修目標を最低限度達成している。 D (60点未満不合格) 履修目標を達成していないので再履修が必要である。 S: Excellent, A: Very Good, B: Good, C: Fair, D: Poor
(8)事前事後学習の内容	Students are required to read the assigned materials and complete the weekly tasks prior to attending each lecture. Mastering the course material and completing the assignments will require a total of 60 hours of out-of-class study throughout the semester. 学生は講義計画を参考に、毎回の授業前に指定された資料を読み、課題を完了させておくことが求められます。各回の学習内容の習得および課題の作成には、学期を通じて計60時間の授業外学習（予習・復習）が必要となります。
(9)履修上の注意	Late assignment submissions will result in a penalty. Requests for extensions must be submitted in writing to the lecturer before the due date, accompanied by medical certificates or other evidence to justify the extension. 課題提出が遅れた場合は、減点の対象となります。提出期限の延長を希望する場合は、期限日より前に書面またはメールにて講師へ申し出てください。その際には、医師の診断書等、正当な理由を証明する文書を提示する必要があります。
(10)質問、相談への対応	Consultation time: Thursday 14:30-15:30 E-mail: sydney@shinshu-u.ac.jp Please email me in advance to schedule an appointment. I can also arrange a meeting outside of the designated consultation hours upon request. Feel free to email me if you have any questions. オフィスアワー：木曜日 14:30-15:30 メールアドレス：sydney@shinshu-u.ac.jp

(10)質問,相談への対応	質問はメールにて随時受け付けます。対面での相談・面談を希望する場合は、事前にメールで予約をしてください。指定された時間外での面談も調整可能です。
【教科書】	タイトル： Marketing 7.0: A Guide for Thinking Marketers in the Age of AI (English Edition) 著者： Philip Kotler 他 (Philip Kotler, et al.) 参考価格： ハードカバー ￥5,053 (税込) Kindle等のデジタル版も可（洋書のため価格に変動あり） 出版社： Wiley; 1st edition (April 7, 2026) ISBN-13： 978-1394329861 【重要：教科書の購入について】 ※本シラバス作成時点では未発売（2026年4月7日出版予定）のため、Amazon等のオンライン書店にて「予約注文（Pre-order）」を行ってください。 ＊生協での教科書取り扱いはありません。各自オンライン書店等から購入してください。デジタル版、ハードカバー、どちらでも良いですが、教科書購入は必須です。
【参考書】	The lecturer will provide necessary materials in class. 必要な資料は、授業内で講師が適宜配布します。