

ティーチング・ステートメント

所属 横浜商科大学

名前 若林宏保

作成日 2023. 02. 22

【責任】

商学科に属し、主たる教育活動はマーケティング関連科目（商学、マーケティング、広告、ブランド、商品開発）の担当及びゼミ生の研究支援を行い、研究活動においては「場所（地域や都市や街など）のブランディング」を専門に行なっている。また広報専門部会の委員をやっている。

【理念】

VUCA と呼ばれる不透明な時代におけるマーケティング人材育成のために、アクティブ・ラーニングを取り入れた授業モデルを作りたい。これまでのマーケティング理論に対する知識の取得や過去の事例学習やデータありきの分析にとどまらず、自分なりに仮説を立て実践できる「型」を身につけ、社会に出て新たな価値を創造できるような人材の育成を目指す。そのためには、「型」を身につけ、「思考力」と「創造力」を養い、他者の様々な意見や価値観を共有できる授業体験の場をデザインする。

【方針・方法】

方針1 「型を身につける」

各科目におけるシンプルな概念図を提示することで、授業で学ぶ全体像を理解させる。型を通じて、事例や現象を分析し、自ら応用できるようにする。

方法① 授業を通じて伝えたいことを1枚の概念図に整理する。

方法② 概念図を毎回授業の初めに提示し、今回の授業の立ち位置を確認する。

方針2 「問いを立て思考する」

「型」を身につけていく中で、既存の常識に囚われない問いかけの仕方や新しい物事の見方を取得する。

方法① ワークシートを活用し、物事を深く思考し言語化していく体験を重ねていく。

方法② ペアワークを取り入れて隣の生徒と思考を活性化させる。

方針3 「創造し表現する」

深い思考プロセスを経て見えてきたものを、創造的に飛躍させ、新たなアイデアやコンセプトを生み出すプロセスを体験する。また、そのプロセスを他者に論理的かつ印象的に視覚化し、自らのアイデアをストーリーテリングできる技術を磨いていく。

方法① アイデア発想法を提示し実践させる。

方法② 頭の中にある概念を形（表現）にする手法を身につける。

方法③プレゼンテーションの型を提示しそれに沿って作成する。

方針4 「参加し多様な価値を共有する」

クラス内で生まれる意見やアイデアについて、互いにその価値を認め合い、そこから学ぶことを自らの考えやアイディアに柔軟に取り入れるような環境づくりを行う。

方法① 教師が生徒と近い目線や雰囲気に参加する。

方法② 生徒の発言をポジティブに受け入れ発言が終わったらみんなで拍手をする。

方法③ 他者の発表に対して「感想」「評価」「助言」などの視点で反応する。

方法④ グループ演習のチームづくりについては自主的に作らせる。

【成果・評価】

2022年春期のアンケートの結果は5段階評価のうち5が20%程度であり、4を含めると80-90%程度であったが、春期において効果があった施策を継続し、新たな施策を加えることで、秋期においては、少数受講者の授業においては5が50%に達し、多数受講者の授業においても5が30%程度に達し、満足度評価の向上がみられた。また、テストの結果や演習の質においても改善が見られ、授業中の発言者の人数及び回数ともに向上した。

【目標】

短期的には、授業の構成を変更する。これまでは中間テスト1回、演習1回であったが、演習の回数を前半と後半を合わせて2回にし、期末テストで学びを確認するという流れに変えていく。そうすることで、より授業体験が深まり満足度が高まると考えられる。

長期的には、マーケティングにおけるアクティブラーニングとは何かについての知見を蓄積し、これまで実践というとケーススタディが中心だった授業から、思考力と創造力を高める授業へとシフトしていきたい。