

ティーチング・ステートメント

所属 商学部商学科

名前 高橋篤史

作成日 2020年9月17日

【責任】

商学部商学科に所属し、専門分野であるインターネットビジネス、起業、モバイルを活用したビジネスを中心とした教育活動を行なっている。主な担当科目は、インターネットビジネスの実際、モバイル時代のIT活用、ビジネスの仕組みと実践、社会力基礎演習、ゼミナールである。

【理念】

学生には、大学を卒業後、もしくは在学中においても、自分自身と仕事・ビジネスの関係を、「主体的に自分事と捉え」「ポジティブな姿勢」で取り組んで行ってもらいたいと考えている。また市場や労働環境の変化の起こりやすい現代においては、「自分自身のコアとなりうる役割やスキル、得意分野」を理解していくことが、必要であると思われる。

そのため学生には、在学中からビジネスに対する、実際的な知識や体験を通して、自分自身が「ビジネスを楽しめる経験」と、将来「自らが主体的にやりたいと思える種」を見つけておく必要がある。まずビジネスを自分事と捉えるために、今現在自らが経済活動の中にいて、消費するだけでなく、提供する側の視点で考え、理解できるよう身近な事例から学ぶことが鍵になる。また様々なビジネス上で起こる問題を乗り越えるための、辛さ難しさと、楽しさのバランスを少しでも「楽しさ」「やりがい」に比重を置けるような、「学生自らの発見」を促していきたい。

【方針・方法】

上記の理念を講義内で実現していくために「自らの得意なものを知る」「ビジネス視点で物事を捉える」「楽しむための基礎を学べる」という方針をもって教育をしている。

「自らの得意なものを知る」

・講義内で、積極的にグループワーク（zoom講義ではブレイクアウトルーム）を使用し、複数の学生同士でひとつの課題に取り組ませることで、役割分担の中から、自分の楽しめる役割を発見させ、また他の学生より優れていると思える点などから、まだ自覚のできていない得意な項目を見つけさせる。

・講義内で具体的に商品の企画・制作・販売・広告の一通りの流れを実際に体験させることで、大変でも興味を持てたもの、がんばれたものを認識させ、それが得意となりうるものと学ばせる。

「ビジネス視点で物事を捉える」

・講義での題材として、身近なモバイルや、アプリ、ネット動画などを題材にあげ、学生が日常的に消費しているコンテンツを、提供側として考える機会を与えるようにしている。

・実際に講義内にて、販売やプロモーションを行うことで、1円でも売り上げを立てる、お客様に買ってもらうことの難しさを学び、普段自分が消費しているものが、ビジネス視点で見ると、様々な要素の元に成り立っていることを自ら学ばせる。

「楽しめるための基礎を学べる」

・講義でアクティブラーニングを取り入れることで、問題解決にはひとつの正解だけではなく、いろいろな取り組みがあって、自分（たち）なりの答えを出させ、それに対して、積極的に良い点をフィードバックする。

・実際にビジネスの現場で、企画やデザイン制作、プロモーションなどに関わっている人物を講義に呼ぶことで、社会との接点を持ち、自分たちが楽しんでいるコンテンツの「中の人」と接する機会から、社会に出てゼロスタートではない「小さな安心感」を与える。

【評価・成果】

- ・授業評価アンケートを通して学生からポジティブなコメントをもらえた
- ・オンライン化で講義への参加、提出物の質と量の向上が図れた

- ・ブレイクアウトルームの使用で学生同士の交流を図れた（ポジティブなコメント）

【目標】

- ・現在の学内での販売サイト「YoT」の売り上げの向上（2021年度）
- ・学生のビジネスへのモチベーションアップのための利益配分の仕組み
- ・学生主体での、継続的に売り上げの見込める事業の立ち上げと学内での運営
- ・学生が運営する会社の（学内での）設立を目指す