

科目名	マーケティング	科目コード	1192	単位数	3
担当者名	小堀 雅浩	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3年次

● 授業のねらい

現代の企業経営において中枢の役割を担う活動の一つにマーケティングがあります。それは顧客価値を創造し、提供するための様々なツールと活動で構成される総合的な市場対応活動であり、その優劣や成否が企業の存続と発展を大きく左右します。今日では、このマーケティングはさまざまな事業分野で多くの企業により国内外市場で実践され、非営利組織にも広がっています。本講では、そうしたマーケティングに関する体系的な基礎知識の修得をめざして、その全体構成、戦略的マーケティング、消費者や競争の環境分析、リサーチ、STPとマーケティング・ミックスの戦略・政策について、近年の新たな動向にも触れつつ学習します。講義を通じて、グローバル化社会におけるビジネスを担うマーケティングの知識と思考を養うことをめざします。

● 到達目標

- ・今日の企業経営におけるマーケティングの役割と特性を理解する。
- ・企業にとって適応すべき市場環境、そして市場に対するマーケティングの諸活動・政策・戦略について基本的・体系的な知識と考え方を修得する。
- ・修得した知識および技能に基づき、自らマーケティングに関わる課題を考え、解決策を見出す能力を培う。

● 授業内容

- 1週目 ガイダンス、 マーケティングの意義と構成
- 2週目 戦略的マーケティング - 事業ドメイン、成長路線、ポートフォリオ・マネジメント
- 3週目 企業の競争環境と競争戦略
- 4週目 消費者行動の分析 + 1回小テスト
- 5週目 マーケティング・リサーチ
- 6週目 マーケティング・マネジメントの枠組み
- 7週目 ターゲット市場の設定とポジショニング
- 8週目 製品政策(1) - 製品と顧客価値、製品政策の領域 + 中間試験
- 9週目 製品政策(2) - 新製品開発戦略、製品ライフサイクルとマーケティング戦略
- 10週目 ブランドの構築とマネジメント
- 11週目 価格政策
- 12週目 流通チャネル政策 + 2回小テスト
- 13週目 プロモーション政策(1) - プロモーションのツールとミックス
- 14週目 プロモーション政策(2) - 営業活動の管理と変革
- 15週目 グローバル・マーケティングの意義と特性 + 期末試験
- 16週目 期末試験の返却と講評。但し、前週までに休講があった場合には、補講授業を実施します。

● 準備学習(予習・復習)等の内容

毎週の授業で使用する資料を前週中にCoursePower上に公開しますので、受講生各自は資料を印刷して記載事項を予習してください。また資料は試験においても必要ですので、加筆した講義内容を十分に復習をし、不明の点は必ず調べるか質問をするように心がけてください。

● 成績評価の方法・基準

小テスト、中間試験、期末試験を行い、これらの試験成績に受講姿勢などを加味して総合的に評価します。また、必要に応じて個別にレポート課題を課すことがあります。

● 履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

CoursePowerで公開する講義資料を毎週必ず印刷して授業に持参し、授業では、スライドの記載内容を加筆するよう努めて下さい。また、各試験については、翌週を目処に返却・講評しますので、各自が必ず自分の学業状況を確認してください。なお、遅刻や私語は厳に慎み、真摯な受講の姿勢やマナーを心がけていただきたい。

● テキスト

特になし。

● 参考書

- 日本マーケティング協会監修『ベーシック・マーケティング』（同文館出版）¥3,000
- 池尾恭一『入門・マーケティング戦略』（有斐閣）¥2,268
- 池尾恭一・青木幸弘・南知恵子・井上哲浩『マーケティング』（有斐閣）¥3,885

● 更新日付

2019/03/14 02:24