

科目名	特殊講義（マーケティング特論A）	科目コード	1556	単位数	2
担当者名	島津 望	開講セメスター	第4セメスター	開講年次	2年次

● 授業のねらい

マーケティングの基本とについて考察する。
授業を通して、マーケティング事象の背景にある、消費社会の構造や課題を発見する能力を養う。

● 到達目標

マーケティングの基本発想である「交換」という概念について学び、さらに、マーケティングの概念である市場細分化や製品ライフサイクル論などの概念を学ぶことを通して、社会事象をマーケティングという視点から捉え思考を身につける。授業を通して、問題発見能力身につくことをめざす。

● 授業内容

- 1週目 イントロダクション：マーケティングの考えかた
- 2週目 事例研究1～マーケティング・ミックス～家電産業
- 3週目 製品政策
- 4週目 ポーターの5つの競争要因
- 5週目 価格政策、損益分岐点分析
- 6週目 販売促進政策、流通政策チャネル政策
- 7週目 マーケティング・ミックスのまとめ
- 8週目 前半のまとめと中間試験
- 9週目 中間試験の講評
- サービス・マーケティングの概要
- 10週目 サービスの特性とマーケティング戦略
- 11週目 事例研究2 サービスマーケティング戦略～宿泊産業
- 12週目 サービス・デリバリー・システム
- 13週目 サービスの評価基準
- 14週目 サービスのギャップ分析、サービス・プロフィット・チェーン
- 15週目 後半のまとめと期末試験
- 16週目 期末試験の講評と学期を通しての総括。ただし、やむを得ず15週までの授業内容を実施できなかった場合は補講授業をおこなう。

● 準備学習(予習・復習)等の内容

予習、復習を合計、週3時間必要とする。毎週、授業開始時に前回の復習の度合いを確認をする（小テスト式、自己採点、これは成績評価には加えない）。
予習・復習のポイントについては、CoursePowerに掲示するので、必ず確認しておこなうこと。

● 成績評価の方法・基準

中間試験と期末試験により評価する。

● 履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

毎週、授業の初めに前回の復習テストを行なう（これは成績評価には加えないが、各自、その場で自己採点し、理解を確実にすること）。事例研究の回では、アクティブラーニングとしてのディスカッションもおこなう。
試験のフィードバックは、次回の授業において、解説を配布して説明する。採点に疑義がある場合は、その際に申し出ること。

● テキスト

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦著、『マーケティング戦略』、（有斐閣）2160円＋税
このテキストは、特殊講義（マーケティング特論B）と同じものである。

● 参考書

野口智雄、『マーケティングの基本』、（日本経済新聞社）、1000円＋税

● 更新日付

2019/01/28 12:49