

科目名	マーケティング	科目コード	1191	単位数	3
担当者名	高宮城 朝則	開講セメスター	第4セメスター	開講年次	2年次
授業の方法	講義	実務経験	無		

●授業のねらい

私たちが暮らす今日の経済社会は、国内外で多種多様な物財・サービスや資金などを取り扱うさまざまな企業のビジネスで成り立っています。企業による総合的な市場対応活動であるマーケティングは、このビジネス活動の主要な一部であり、国内はもちろん国際的なマーケティングを展開する企業も増加しています。本講では、マーケティングの詳細に先立って、まず現代のビジネスを構成する制度・しくみと活動について幅広い基本的知識を修得し、それらを踏まえて、マーケティングのフレームワークについて学びます。講義を通じてグローバル化社会におけるビジネス活動を担ううえでの素養を身につけることをめざします。

●到達目標

- ・現代のビジネスの基盤となる基礎的な概念と制度・しくみを理解する。
- ・売買取引やリース・レンタル取引、電子商取引をはじめ、現代ビジネスを構成する主要な活動に関する知識を修得するとともに、ビジネスへの関心を高める。
- ・修得する知識に基づいて、自ら今日のビジネスの課題を見出し解決策を考える姿勢を身につける。

●授業内容

- 1週目 ガイダンス、「商い」の意義と特性、「商い」の初期的発展
- 2週目 商人の意義、狭義・広義の商人と企業、商品の意義・価値
- 3週目 商品の範疇と類型
- 4週目 市場の意義と市場競争、市場の類型 + 1回小テスト
- 5週目 流通機構と商業
- 6週目 売買取引の契約・条件・形態
- 7週目 リース取引とレンタル取引の特徴としくみ
- 8週目 商取引情報と流通情報システムの発展 + 中間試験
- 9週目 マーチャンダイジング - 品揃え、仕入れ、在庫管理
- 10週目 価格の機能と設定方式
- 11週目 決済の方式としくみ
- 12週目 物流活動とロジスティクス + 2回小テスト
- 13週目 リスク対応と保険制度
- 14週目 電子商取引の発展
- 15週目 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

授業で使用する教材・資料等を事前に告知するので、それに基づいて予習をすること。
 毎回の授業では前半にその日の授業内容を講義し、後半では受講者による課題の取り組みとディスカッションを行う。
 その日の最後に授業内容に関わる課題を提示するので、それに基づいて復習をすること。

●成績評価の方法・基準

中間試験および期末試験の成績、課題への取り組み、授業でのディスカッションへの参加の程度に基づき、総合的に評価する。

●履修上の留意点

マーケティングの理解を深めるには流通や経営の基礎的な知識を持つことが望ましい。このため流通、経営などの関連科目を併せて受講することを勧める。
 日常的に接するマーケティング現象に関心を示す姿勢をとることが本授業の理解を促すことになる。
 授業での課題やディスカッションに積極的に取り組むことが求められる。

●課題に対するフィードバックの方法

授業において回収した課題は早期に講評・コメントを付して返却・返信する。

●テキスト

指定しない。

●参考書

石井淳蔵、廣田章光、清水信年編著（2019）『1からのマーケティング（第4版）』（碩学舎）¥2,640

●更新日付

2020/03/11 02:12