

科目名	特殊講義Ⅰ（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
授業の方法	講義	実務経験	無		

●授業のねらい

一般的なマーケティング、ならびに応用分野としてのサービス・マーケティングの体系を理解する。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。これによって、本学のカリキュラム・ポリシーである「自ら課題を発見し解決する能力を身につける」ことを目指す。

●到達目標

前半はマーケティングの基本であるマーケティング・ミックスについて学ぶ。後半はモノのマーケティングとは異なるサービスマーケティングの基本を学ぶ。これを通して、社会事象をマーケティングという視点から捉える思考が身につく、さらに問題発見能力が身につくようにする。

●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 マーケティングミックスとしての「製品政策」
- 3週目 マーケティングミックスとしての「価格政策」
- 4週目 マーケティングミックスとしての「コミュニケーション政策」
- 5週目 マーケティングミックスとしての「チャネル政策」
- 6週目 製品・市場マトリックス
- 7週目 製品ライフサイクル
- 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「無形性」
- 11週目 サービスの「生産と消費の同時性」
- 12週目 サービス・デリバリー・システム
- 13週目 サービスの特性とマーケティング戦略 事例1 飲食業
- 14週目 サービスの特性とマーケティング戦略 事例2 宿泊業
- 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。
ディスカッションなどを行なうアクティブラーニングの授業であるので、予習と復習をおこなってきて、意見を表明できる準備をしてくること。

●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

初回から中間試験の間、および中間試験後と期末試験の間に、それぞれ3回以上欠席した場合は、中間試験と期末試験の受験資格を失う。
2回の遅刻で1回の欠席に換算する。授業中の私語、スマホ操作、その他注意事項を守らない場合は退席させ、その授業は欠席とみなす。

●課題に対するフィードバックの方法

試験のフィードバックは、次の授業において、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Ⅱ（マーケティング特論B）と同じものである。

●参考書

池尾恭一・青木幸弘・南智恵子・井上哲浩『マーケティング』（有斐閣）3800円

●更新日付

2020/02/29 05:02