

科目名	特殊講義（マーケティング特論B）	科目コード	1557	単位数	2
担当者名	島津 望	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3年次
授業の方法	講義	実務経験	無		

● 授業のねらい

マーケティング特論Aで学んだことを更に進めて、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深く理解する。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

はじめにマーケティングの基本概念について確認してから、マーケティングの応用分野であるサービスマーケティングについて、その原理を理解できるようになり、この授業を通して応用力を身につけるようにする。

● 授業内容

- 1週目 イントロダクション～マーケティング発想とはなにか
- 2週目 製品政策と価格政策
- 3週目 コミュニケーション政策と流通チャネル政策
- 4週目 製品ライフサイクルとマーケティング戦略
- 5週目 サービスの特性としての「無形性」
- 6週目 サービスの特性としての「生産と消費の同時性」
- 7週目 サービスの特性の事例研究
- 8週目 前半のまとめと中間試験
- 9週目 中間試験の講評と後半の概要
- 10週目 サービス・デリバリー・システム
- 11週目 サービス・エンカウンター
- 12週目 サービスの質の評価
- 13週目 インターナル・マーケティングとインタラクティブ・マーケティング
- 14週目 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、復習は合計、週3時間必要である。
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って評価する。

● 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。
この科目はマーケティング特論Aの知識を前提としているので、マーケティング特論Aを履修していることが極めて望ましい。

● 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A）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 05:19