

科目名	マーケティング・流通システム特殊研究	科目コード	8102	単位数	2
担当者名	島津 望	開講時期	1 前	開講年次	1年次

● 授業の到達目標及びテーマ

マーケティング・流通に関する実際の現象を、この原理の視点から理解できるようになること。

● 授業の概要

マーケティングと流通の原理を学ぶ。

● 授業計画

- 1週目 マーケティングの概論（テキスト1の序章）
- 2週目 マーケティング製品政策（テキスト1の第8序章）
- 3週目 マーケティング価格政策（テキスト1の第9章）
- 4週目 マーケティングコミュニケーション政策（テキスト1の第10章）
- 5週目 マーケティング流通チャネル政策（テキスト1の第11章）
- 6週目 マーケティング原理のまとめ
- 7週目 流通システムの役割（テキスト2の第1章）
- 8週目 取引による市場形成（テキスト2の第2章）
- 9週目 商業の介在原理（テキスト2の第3章）
- 10週目 卸売過程の分化と統合（テキスト2の第4章）
- 11週目 消費市場の発展（テキスト2の第5章）
- 12週目 小売商業の発展（テキスト2の第6章）
- 13週目 マーケティング・モード（テキスト2の第7章）
- 14週目 複合市場の情報統合（テキスト2の第8章）
- 15週目 流通原理のまとめ
- 16週目 予備日

● テキスト

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦、『マーケティング戦略』、有斐閣、2000円＋税

● 参考書・参考資料等

「田村正紀、『流通原理』」、千倉書房、2500円＋税新

● 成績評価の方法・基準

授業参加度、報告、試験などによる総合評価。

● 更新日付

2020/01/17 11:40