

科目名	マーケティング	科目コード	1192	単位数	3
担当者名	高宮城 朝則	開講semester	第5semester	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

現代の企業経営において中核的役割を担う活動の一つにマーケティングがある。それは顧客価値を創造し、提供するための様々なツールと活動で構成される総合的な市場対応活動であり、その優劣や成否が企業の存続と発展を大きく左右する。今日では、このマーケティングはさまざまな事業分野で多くの企業により国内外市場で実践され、非営利組織にも広がっている。本講ではその全体構成、戦略的マーケティング、消費者や競争環境分析、リサーチ、STPとマーケティング・ミックスの戦略・政策について、近年の新たな動向にも触れつつ学ぶ。講義を通じて、グローバル化社会におけるビジネスを担うマーケティングの知識と思考を養うことをめざす。

●到達目標

- ・今日の企業経営におけるマーケティングの役割と特性が理解できる。
- ・企業にとって適応すべき市場環境、そして市場に対するマーケティングの諸活動・政策・戦略について基本的・体系的な知識と考え方が身につく。
- ・修得した知識および技能に基づき、自らマーケティングに関わる課題を考え、解決策を見出す能力が培われる。

●授業内容

- 1週目 ガイダンス、マーケティングの意義と構成
- 2週目 戦略的マーケティング - 事業ドメイン、成長路線、ポートフォリオ・マネジメント
- 3週目 企業の競争環境と競争戦略
- 4週目 消費者行動の分析
- 5週目 マーケティング・リサーチ
- 6週目 マーケティング・マネジメントの枠組み
- 7週目 ターゲット市場の設定とポジショニング
- 8週目 製品政策（1）製品と顧客価値、製品政策の領域
- 9週目 製品政策（2）新製品開発戦略、製品ライフサイクルとマーケティング戦略
- 10週目 ブランドの構築とマネジメント
- 11週目 価格政策
- 12週目 流通チャネル政策
- 13週目 プロモーション政策（1）プロモーションのツールとミックス
- 14週目 プロモーション政策（2）営業活動の管理と変革
- 15週目 グローバル・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、補講授業を実施する。

●準備学修（予習・復習）の具体的な内容及びそれに必要な時間

授業で使用する教材・資料等を事前に告知し、課題を提示するので、それに基づいて予習をし、課題に回答すること（270分程度）。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（90分程度）。

●成績評価の方法・基準

毎回の課題への取り組み、期末試験の成績、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

授業内容の告知・教材・課題レポートなどはCoursePowerを使って行う。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、CoursePowerを使って講評・コメントを付して返却・返信する。場合によっては再提出を求める。

●テキスト

指定しない。

●参考書

高嶋克義、桑原秀史『現代マーケティング論』（有斐閣）2,200円

●更新日付

2022/02/01 03:13