

科目名	特殊講義（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、本学のディプロマ・ポリシーである「修得した知識および技能により、自ら課題を発見し解決する能力を身につけること」を狙う。

● 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（授業の概要と授業の進め方）とマーケティングの体系
- 2週目 マーケティング・ミックス1 製品政策
- 3週目 マーケティング・ミックス2 価格政策
- 4週目 これまでのまとめと、これまでの課題の解説、質疑応答、ならびに単元テスト
- 5週目 マーケティング・ミックス3 プロモーション政策（＝広告・販促、コミュニケーション政策）
- 6週目 流通チャネル政策4 流通チャネル政策
- 7週目 これまでのまとめと、これまでの課題の解説、質疑応答、ならびに単元テスト
- 8週目 製品ライフサイクルとマーケティング戦略
- 9週目 製品ポートフォリオ・マネジメント
- 10週目 これまでのまとめと、これまでの課題の解説、質疑応答、ならびに単元テスト
- 11週目 サービスの特性とマーケティング課題
- 12週目 サービス・デリバリー・システムの基礎
- 13週目 サービスの質の評価の基礎
- 14週目 これまでのまとめと、これまでの課題の解説、質疑応答、ならびに総合テスト
- 15週目 総括と個別指導
- 16週目 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。

● 準備学修（予習・復習）の具体的な内容及びそれに必要な時間

予習は予め提示したテキストの箇所、資料、映像を確認することに1時間を要する。
 復習はその週に学習した内容をノートにまとめることに1時間を要する。

ディスカッションなどを行なうアクティブラーニングを実施する予定である。したがって、事前に指定した予習（資料や動画の視聴）をしておき、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

課題提出状況、単元テスト、総合テストなどによって総合的に評価する。
 授業に出席することは当然のことなので、出席率が高いことを以て成績のプラス評価には反映させない。

● 履修上の留意点

課題への回答提出を以て出席とする（課題への回答を提出しなければ欠席とする）。
 出席率70%未満の者は単位を認定しない。
 授業中の私語、勝手なスマホ操作、その他注意事項を守らない場合は欠席扱いとする。

● 課題に対するフィードバックの方法

全体としてのフィードバックは、授業で行うディスカッションなどを通して行う。
 また、個別の受講者へのフィードバックはCoursePower上で行う。
 評価結果に対する異議申し立てに対しては、適宜、適切に対応する。

● 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 第6版』（有斐閣）2,000円（前年度使用したテキストは「第5版」である。「第6版」を購入すること）
 このテキストは、特殊講義（マーケティング特論B）と同じものである。

2・サービスマーケティングに関しては別途資料をCoursePowerで配布する

● 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）3,800円

● 更新日付

2022/01/31 11:42