

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で学んだことを前提にしながら、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より深く理解する。

授業を通して、われわれの生活に関わる商品やサービスの背景にある、消費社会の構造や課題を発見する能力を養う。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・ポロシーである「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

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：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 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 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 製品ライフサイクル別マーケティング戦略
- 6週目 アンゾフの製品・市場マトリックス
- 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 サービスの特性とマーケティング戦略1「無形性」「品質変動性」
- 9週目 サービスの特性とマーケティング戦略2「消滅性」「需要の変動性」
- 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・デリバリー・システムの戦略的意義
- 12週目 サービスの質の評価の戦略的意義
- 13週目 インターナル・マーケティングの意義と手法
- 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やを読んでおくことや提示した課題について考察することに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おくこと。

●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。

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」に比べて難易度が相当高いことを了承した上で履修し、知識が足りない分は自己学習で補うこと。

●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）3,800円

●更新日付

2022/01/31 11:42