

科目名	マーケティング I	科目コード	1191	単位数	3
担当者名	伊藤 友章	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	到達目標	C,E	実務経験	無
ナンバリング	ES401	※DP（ディプロマポリシー）と到達目標の関連性については、カリキュラムマップ参照			

● 授業のねらい

マーケティングの基本的な考え方(マーケティング・コンセプト、顧客価値、STP、マーケティング・ミックス)についてよく理解した上で、マーケティング戦略の基礎知識を段階的に取り上げていきます。その一方で、現代の企業が直面する様々なマーケティング課題を基礎知識と突き合わせながら進めていきます。講義は、教員が一方的に知識を伝授するだけではなく、グループワークやリアルタイムアンケートの活用を通じて受講者の皆さんが発信する様々な意見を相互に参照する機会を作っていく予定です。

● 到達目標

- 1.消費者の視点でビジネスを捉えるという習慣を身につけることができるようになる。
- 2.市場を理解し、それを基に戦略を構築していくための基本的な考え方、理論的知識、理論的知識を統合したフレームワークを知り、これらをベースにしてマーケティング現象を把握できるようになる。
- 3.マーケティング戦略における主要な意思決定事項と適切な意思決定をするために考慮すべきことを知り、それによって知識を実践に生かすことができるようになる。
- 4.修得する知識に基づいて、自ら今日のビジネスの課題を見出し解決策を考える姿勢が身につく。

● 授業内容

- 1週目 オリエンテーション マーケティングとは何を目的に、その目的を達成するためにどのような活動をするのか？
- 2週目 マーケティングの考え方を知る ～マーケティング・コンセプトと顧客価値
- 3週目 市場細分化の概念 セグメンテーションをすることはなぜ重要なのか？
- 4週目 セグメンテーション変数を選択する
- 5週目 ターゲットを選択する。～セグメンテーションからターゲティング（標的顧客選択）へ～
- 6週目 ポジショニングの概念 ～差別化をするとはどういうことなのか？差別化はやっぱり難しい～
- 7週目 現在のブランドのポジションを知り、ポジショニング戦略を選択する。
- 8週目 マーケティング・ミックスの構築
- 9週目 製品戦略と製品開発 ～コンセプトの選択から技術、デザインの選択まで～
- 10週目 価格を決める ～コストベースの方法と顧客ベースの方法～
- 11週目 マーケティング・チャネル戦略と顧客価値
- 12週目 マーケティング・チャネルの幅と長さを決める。そしてチャネルメンバー(流通業者)を決める
- 13週目 製品・ブランドの認知を高めるためのプロモーション戦略
- 14週目 製品・ブランドのことをよく理解してもらい、好意を高めてもらうためのプロモーション戦略
- 15週目 購買行動を促すためのプロモーション戦略およびプロモーション・ミックスの構築
- 16週目 期末試験の実施と講評

● 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）
- ・講義資料および講義動画（1部）を講義数日前よりLMSから提供します。またLMSのオンラインテストで事前学習のための簡単な課題をだすことが時々あります。これらが予習のための材料になります。
 - ・なお課題の多くは現実のマーケティング意思決定において直面しそうな課題であり、理論と現実の接点を理解しながら知識の定着を図ります。本格的な課題解決能力については主にゼミ等の演習科目で高めてください。（2時間程度）
- （復習）
- ・事前課題およびリアルタイムアンケートのシステムであるimakikuの設問に関する解説を授業時に提供すると同時に関連資料の一部をLMSから提供しますので、それを使って復習してください。
 - ・講義後の振り返りのフォーマットをLMSに掲載していますので、そのフォーマットに基づいて各自で振り返りをしていただき、最終的な講義理解度を確認してください。（2時間程度）

● 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、主にリアルタイムアンケートを用いた授業時のディスカッション等への参加の程度、任意レポートの作成に基づき、総合的に評価する。詳細は初回に説明します。

● 履修上の留意点

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ます。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ります。

● 課題に対するフィードバックの方法

LMSから提供される課題については、授業時に模範解答例をいくつか紹介し、それに対してコメントを加えていくことになります。

● テキスト

指定しない。

● 参考書

- 黒田・伊藤・赤石・森永・下村・佐藤（2012）『市場志向の経営（新版）』（千倉書房）3960円
- 久保田・渋谷・須永（2015）『はじめてのマーケティング』（有斐閣ストウディア）1980円
- 一般社団法人日本経営協会（2018）『経営学検定試験 公式テキスト マーケティング/IT経営』（中央経済社）2640円
- 石嶋芳臣・岡田行正編（2018）『経営学の定点(増補改訂版)』（同文館出版）2860円
- 北海学園大学経営学部編（2019）『ナビゲート経営学』（同文館出版）2090円
- 『クリティカル・マーケティング』（2024）創成社 3200円

● 更新日付

2025/03/01 04:55