

講義名	マーケティング原理特論			
科目区分	特論科目			
担当教員	羽藤 雅彦			
開講期・曜日・時限	前期 月曜日 2時限			
	2018年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2017年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2016年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース） / 2015年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）			
履修開始年次	1 年生	単位数	2	講義コード 12501

主題と概要
企業と市場の可変的な関係において、いかなる戦略が有効だろうか。マーケティングの基本的な概念を理解し、それを具体的なケースに当てはめるための思考トレーニングは現代のビジネス環境において必須である。 本講義では、下記の教科書をベースとして輪読を行う。

到達目標
現代におけるマーケティング戦略の重要性について理解し、様々な事例を読み解く論理的基盤を身につける。

提出課題
輪読をする際のレジメおよびパワーポイント 期末レポート 適宜追加

評価の基準
期末レポート 50％ 課題発表 50％

履修にあたっての注意・助言他
日経MJを読み、マーケティングに関係する社会現象に慣れ親しんでおくこと

教科書
.マーケティング戦略 第4版（有斐閣アルマ 和田充男他 有斐閣 2160 4641124574）.

プリント資料及び参考文献
適宜配布します

授業計画
第1章 事業機会の選択 第2章 事業領域の選択 第3章 標的市場の選択 第4章 市場データ分析 第5章 消費者行動分析 第6章 競争分析 第7章 流通分析 第8章 製品対応 第9章 価格対応 第10章 コミュニケーション対応 第11章 流通チャネル対応 第12章 競争対応 第13章 サービス・マーケティング 第14章 ソーシャル・マーケティング 第15章 関係性マーケティング

予習・復習
テキストを熟読し、分かりにくい箇所を明確にしておくこと また、期末レポートの対策として復習を継続的に行うこと 合計週4時間程度

備考