

講義名	マーケティング論		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	東 利一		
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 1時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	21025

主題と概要

この講義は、マーケティングがいかに広範囲な企業や組織の活動に役立つのかを知ると同時に、マーケティングの発想が実は身近なものであるということを経験しながら、マーケティングの知識を身につけてもらうことを目標とします。

講義では、ケースと理論を組み合わせながら、1回1回の講義をまとまりのあるストーリーとして、マーケティングを理解してもらえように進めます。

授業の終わりに、授業内容の定着のために「リアクションペーパー」を書いてもらいます。

この講義は、他のマーケティング関連科目の基盤になるという意味でとても重要な基礎科目です。そのため、皆さんがマーケティングの知識を確実に増やすことに重点を置きます。

到達目標

次の3点を到達目標とします。

- マーケティングの基本概念を身につける。
- マーケティングの基本要素の関連を理解できる。
- 現実の企業活動の中でどのようなマーケティングが行われているのかを理解できる。

提出課題

学期中にレポートを課します。

評価の基準

課題レポートと定期試験によって評価します。

- ・課題レポート : 40点
- ・期末試験 : 60点

履修にあたっての注意・助言他

マーケティングが分かるとメーカーや小売企業の意図が見えるだけでなく、自分が当事者としてマーケティング手法をどう活用するかということまで考えることができるようになります。是非一緒にマーケティングを学んでいきましょう。

課題は、教科書を基に出題します。教科書の中身を外したレポートは評価されません。必ず教科書を購入して下さい。なお、課題(レポート)の評価比率は大きいです。提出忘れのないように気をつけてください。

リアクションペーパーは期末試験に直結します。しっかり予習をし授業を受けて作成してください。

日ごろから身近な企業のマーケティング行動を、関心をもって観察してください。特に、講義やテキストと異なる企業行動をみつけたら、是非教員に質問してください。

授業資料を大学の電子掲示板から事前に入手して、教科書を予習して授業に臨んで下さい(プリントアウトの仕方に注意すること!)

教科書

.1からのマーケティング(第3版).	廣田章光・石井淳蔵編	碩学舎

プリント資料及び参考文献

授業用資料は、各自ポータルからダウンロードして下さい。

授業計画

1. ガイダンス&マーケティング発想の経営
2. マーケティング論のなりたち
3. マーケティングの基本概念
4. 戦略的マーケティング
5. 製品のマネジement
6. 価格のマネジement
7. 広告のマネジement
8. チャネルのマネジement
9. 在庫とサプライチェーンのマネジement
10. 営業活動のマネジement
11. 顧客関係のマネジement
12. 顧客理解のマネジement
13. ブランド構築のマネジement
14. ブランド組織のマネジement
15. 企業の社会的責任

予習・復習

【予習】事前に教科書を読んで、理解できたところと理解できなかったところを明確にしてきてください。また、授業中のリアクションペーパー作成のためにも、必ず予習をしてください。

【復習】授業中に強調されたところを中心に、レジュメと教科書を読み直してください。

備考

シラバスに変更がある場合は、1回目の授業時にお知らせします。