

講義名	戦略的マーケティング論		
科目区分	学部専門基礎		
担当教員	東 利一		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 2時限		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	22079

主題と概要

マーケティングで市場といえば、「買い手の集合」です。その市場をめぐる企業は他社と競争を行っています。しかし、単に競争をすればいいかというところではありません。「戦略的」におこなう必要があります。自社を取り巻く「経営環境」をどう捉え、その経営環境に対しどのような「戦略」をたてるか。また、戦略を実行するにはそれにマッチした「経営組織」が必要です。

この講義では、以上のような関連性を基に、戦略的マーケティングが実際の企業の活動にどのように役立つのかを知ると同時に、戦略的マーケティングの知識を身につけてもらうことを主題とします。

また、「製品だけで顧客の課題を解決できない」という成熟市場では、価値共創戦略が注目されています。この戦略についての知識を身につけてもらうこともこの科目の主題となります。

授業の終わりに、授業内容定着のために「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や経営の関連科目の基盤になるという意味でもとても重要な基礎科目です。そのため、皆さんが戦略的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

この講義を受けて、次の4つの目標を目指します。

- (1) 具体的な事例を通じて企業の競争的視点に基づいた活動に関連する基本知識を身につける。
- (2) 戦略的マーケティングの基本要素の関連について理解できる。
- (3) 現実の企業活動のなかで、どのような戦略的なマーケティング活動が行われているのかを理解できる。
- (4) 以上の理解をふまえて、自ら戦略的発想をすることができる。

提出課題

学期中にレポートを課します。

評価の基準

レポートと期末試験によって評価します。

- ・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

課題(レポート)の評価比率は大きいですが、提出忘れのないように気をつけて下さい。レポートの課題は、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。

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

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下さい。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下さい。

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)。

遅刻・私語は厳禁です。スマートフォンの電源はオフにしてください。机の上には授業に関係あるものだけを置いてください。一生涯に学べる環境を作っていきます。

教科書

1からの戦略論【第2版】	嶋口充輝・内田和成	中央経済社	2,592円(税別) 978-4-502-
コト価値を創造するマーケティング経営	東利一	中央経済社	

プリント資料及び参考文献

<参考文献>

M.E.ポーター(1995)『競争の戦略(新訂)』ダイヤモンド社

伊丹敬之&加藤野志男(2003)『ゼミナール経営学入門 第3版』日本経済新聞社

上原征彦(1999)『マーケティング戦略論』有斐閣

嶋口充輝・和田充夫・余田拓郎(2004)『マーケティング戦略』有斐閣

嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理』誠文堂新光社

日本マーケティング協会編(2003)『マーケティング・ベーシックス』同文館

授業計画

1回	序章 戦略とは (12章～14章に基づいて組織についても説明する。)
	【 経営環境】
2回	1章 業界の構造
3回	2章 取り巻く環境
	【 事業戦略】
4回	3章 基本戦略
5回	4章 製品ライフサイクル別戦略
6回	5章 市場地位別戦略
7回	6章 リソース・ベースト・ビュー
8回	7章 事業システム
	【 企業戦略】
9回	8章 事業領域
10回	9章 成長戦略
11回	10章 資源展開
12回	11章 戦略の社会的側面
	【 経営組織】
13回	価値共創戦略
14回	コト・マーケティング
15回	ビジョナリー・マーケティング

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。