

| | | | | | |
|------|-------------|-----------|-------------|--------|------|
| 講義名 | マーケティング原理特論 | | | 授業形態 | |
| 担当教員 | 後藤 こそ恵 | 開講期・曜日・時限 | 前期 金曜日 4 時限 | | |
| | | 単位数 | 2 | 履修開始年次 | 1 年生 |

主題と概要

絶え間なく変化する経営環境において、企業はいかなる意思決定を行うべきだろうか。企業と市場との関係は常に変化し、そこでの舵取りは困難を極める。そういった状況下においてもより良い判断をするために、マーケティング分野における理論や建概念から学べることは多い。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。本講義では、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礎を身につける。具体的には、以下の目標を設定する。マーケティングの諸概念について深く理解する。マーケティングの諸概念を用いて現象を分析し、課題を発見し、その解決方法を提示できるようになる。マーケティングの諸概念と自身の修士論文あるいは課題研究の研究課題との関連を見出し、既存研究の到達点と今後の発展可能性および適切な研究方法を論じることができるようになる。

提出課題

担当を決め、教科書の内容についての発表をお願いする（履修者数により回数は決定）。マーケティングに関する分析を行い、結果をまとめて提出する。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

提出された内容に対してフィードバックを行う。

評価の基準

発表 = 50 %
提出物 = 50 %

履修にあたっての注意・助言他

授業を履修するにあたっては、専攻から経済ニュースに触れておくことが望ましい。日経テレコン（学内PCよりアクセス可）において日経流通新聞などを読む習慣をつけると授業で学んだ理論を具体的な事象に落とし込んで理解できるようになるだろう。また、同様の現象を異なる場面で観察したときにその背景について考察することも可能である。その他、テレビ東京の経済番組（ニュース、ドキュメンタリー）についても学ぶところが多いので視聴をお勧めする。

| | | | | |
|-----|------------------|-------------------------------|------|--------------|
| 教科書 | .マーケティング戦略（第6版）、 | 和田 充夫（著）、忠蔵 直人（著）、三浦 俊彦（著）有斐閣 | 2200 | ISBN-10 4641 |
|-----|------------------|-------------------------------|------|--------------|

| | | | | |
|------|------|--|--|--|
| 参考図書 | .なし。 | | | |
|------|------|--|--|--|

| | |
|-----|--------|
| その他 | 適宜配布する |
|-----|--------|

授業計画

主に以下の内容を規定の授業回（15回）にわたって実施します。また、2回程度の学外研修を予定しており、後日日程調整をします。

- 序 章 マーケティング戦略への招待
第 部 市場の選択
第 1 章 事業機会を選択
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 2 章 事業領域を選択
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 3 章 法的市場の選択
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 部 市場の分析
第 4 章 市場データ分析
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 5 章 消費者行動分析
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 6 章 競争分析
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 7 章 流通分析
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 部 市場への対応
第 8 章 製造対応
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 9 章 価格対応
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 10 章 コミュニケーション対応
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 11 章 流通チャネル対応
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 12 章 競争対応
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 部 市場との対話
第 13 章 サービス・マーケティング
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 14 章 ソリューション・マーケティング
テーマに関する予備・復習2時間づつ
第 15 章 関係性マーケティング
テーマに関する予備・復習2時間づつ

授業形態（アクティブ・ラーニング）

| | |
|--------------------------------------|--|
| ア：PBL（課題解決型学習） | イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態） |
| ウ：ディスカッション、ディベート | エ：グループワーク |
| オ：プレゼンテーション | カ：実習、フィールドワーク |
| キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合） | |

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

当該授業はマーケティングの諸概念を深く理解し、それにより現象を分析、解決方法を提示し、また諸概念について批判的検討を加えることでディプロマポリシーに掲げられた教育目標の達成に貢献する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

宿題の提出にはキャンパスクロスもしくは代替手段を使用する。そのため、スマートフォンやパソコンなどインターネット接続可能な端末の携帯が必須となる。余裕を持って準備いただけるようお願いしたい。スマートフォン等が不調の際には、学内の貸し出し用端末を利用されたい。

実務経験の有無及び活用

| | |
|----|--|
| 備考 | |
|----|--|