

講義名	戦略的マーケティング論			授業形態	
担当教員	廣田 章光	開講期・曜日・時間	後期 木曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

マーケティング戦略を立案し実行する目的は、顧客満足を経営企業よりも実現すること、そしてそのことを通じて、多くの収益を実現することにある。マーケティング戦略の基本フレームを活用し、価値実現と収益性の両面を意識した戦略立案の能力を身につけることが、本講義の目標となる。
本講義では、「マーケティング・デザイン」というマーケティングの実践的展開を学ぶ。そのことを通じて、戦略フレームを実践で活用する上での課題や工夫についてを理解できるようにする。

定時スタートを実施。遅れてきた方の出席は認めない。
講義を真剣に聞きたい学生が満足できる環境をつくり、講義を行うことが私の使命。講義中の私語をはじめ、真剣に講義を聞く学生の環境を妨げる行為には厳しく対応。例えば、私語をしたい場合は講義を欠席して、食堂等で行うこと。

テキストをもとに講義を進めます
テキスト（『1からのマーケティング』）碩学会の購入をお願いします

テキストの形式は、丸善の電子書籍システム（Unitext）を使用して講義を進めるため、電子テキストの購入を推奨

電子テキスト、『1からのマーケティング』はパソコンを持っている方は、マーカーや書き込みができて便利です
購入方法は、講義初回時に説明します

到達目標

「価値創造」をマーケティング活動に行うための要件を理解できるようにする。
マーケティングにおける「関係形成・維持」および「ブランドマネジメント」の要諦を理解できるようにする。
上記内容がマーケティング戦略行動にどのように反映されているかを事例を通じて理解できるようにする。

提出課題

毎回、マイクロソフトフォーム（ポータルから入れます）を使ったその講義で実施した内容の振り返りレポート

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

提出頂いたレポート全体の傾向、共通の問題点などについて逐時説明
毎回、レポート提出と、講義中に教科書に沿ったマイクロソフトフォームを使った簡単なレポートあり

評価の基準

各章のマーケティング戦略に関する基本用語の理解と、その応用が可能な水準かを評価

毎回の講義での課題提出と中間報告（ともに期限を過ぎた提出は認めない）30%
最終レポート（期限を過ぎた提出は認めない）70%

いい知識なレポートを提出して、最後にお願されても一切認めないことを承知の上、履修すること
他の真面目に取り組んでいる学生に失礼です
真面目に取り組む学生を中心に講義を進めます

履修にあたっての注意・助言他

電子テキストを使用します

教材の共有、予習、復習を進めて頂きやすくなるため、電子テキスト（『1からのマーケティング第5版』（碩学会・中央経済社））を使用します

講義は電子テキストの使用を前提に進めます。そのため電子テキストの購入（丸善から購入；通常のテキスト販売と同じ）
詳細は、初回講義に特設、購入方法を説明します

初回の電子テキストの特性を理解した上で、電子テキストの購入をしてください。

初回講義時に電子テキストの特性ならびに購入方法を説明。丸善より同書へのマーカーやコメントなどの個人ログデータの提供を受け、双方向の講義を実施。そのため、タブレット、パソコンのいずれかの閲覧、書き込みが可能。そのためタブレット、パソコンの持参を推奨します

教科書

『1からのマーケティング第5版』	石井淳蔵・廣田章光・清水信年	碩学会	2700	9784502558412
------------------	----------------	-----	------	---------------

参考図書

『1からのマーケティング・デザイン』	石井淳蔵・廣田章光・坂田隆文	碩学会		9784502200212
『1からのデジタル・マーケティング』	西川英彦・渋谷寛	碩学会		9784502289910

その他

授業計画

第1回	マーケティング戦略の具体的展開、講義の進め方 予習内容：シラバスを確認し、この講義で身につけたことのリストを準備(120分) 復習内容：設問一つ選択し、講義内容とテキスト内容をもとに解答を作成(120分)
第2回	マーケティング基礎 テキスト1章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとに設問を1つ選択し、レポートを作成、提出する(120分)
第3回	マーケティング論の成り立ち テキスト2章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：フォードとGMの例と類似の例を調査する。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第4回	マーケティングの基本概念 テキスト第3章 予習内容：タブレットポスのマーケティングをウェブ調査(120分) 復習内容：テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第5回	製品のマネジメント テキスト第4章 予習内容：デジタル技術を活用した製品開発事例のリストを作成(120分) 復習内容：デジタル技術を使った製品開発事例の成功、失敗要因について講義内容をもとにメモを作成(120分)
第6回	広告のマネジメント テキスト第5章 予習内容：ファブリーズのコミュニケーション特性のリストを作成(120分) 復習内容：テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第7回	価格のマネジメント テキスト第6章 予習内容：日常生活において、価格とデジタル技術が関与する場面をリスト(120分) 復習内容：講義内容、講義での討論内容をもとに、デジタル技術の活用要件についてレポートを作成(120分)
第8回	チャネルのマネジメント テキスト第7章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第9回	営業のマネジメント テキスト第9章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第10回	顧客関係のマネジメント テキスト第10章 予習内容：セッホブルーイングに関する配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第11回	ビジネスモデルのマネジメント テキスト第11章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：テキストの内容を確認しビジネスモデルとは何かを自身の言葉で説明する。その上で、テキストの設問から1つ選択し解答。さらに、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)
第12回	顧客理解のマネジメント テキスト12章 予習内容：配信する資料を確認し、テキストの該当箇所を手がかりに提示する設問への解答を作成する(120分) 復習内容：インターネット空間上の行動を把握するための方法を調べ、テキストの設問から1つ選択し解答。その上で、振り返りシートに基づき、本日の講義内容とテキスト内容をもとにレポートを作成、提出する(120分)

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

この科目の修得は、流通科学大学が定めるディプロマポリシー「知識を知恵に転換することができる、論理的思考力を持った人材」（特に、現象や事実のなかに隠れている問題点やその要因を発見し、解決すべき課題を設定することができる（課題発見力））の達成に関与しています。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

隣同士の席の学生同士が意見交換し、意見を述べ合える場を設定
電子テキストを使用することによって、教員の指示テーマによって教科書をその場で読み込み、質問、気づきを表現する
オンライン
電子テキストカクシオン用iGoogleClassroom等を活用
電子テキストを使用することによってテキストをベースにした講義と、学生の理解水準に応じた資料提供をGoogleClassroomなどによって実施

実務経験の有無及び活用

実務経験あり：講義内容と社会との関連性を示しながら講義を展開

備考