【参考：開講時予定内容】

講義名	マーケティング戦略特論				
科目区分	特論科目				
担当教員	東　利一				
開講期・曜日・時限	前期 金曜日 ３時限	授業形態			
	2018年度　修士課程　修士課程　研究生／2018年度 大学院（修士課程） 修士課程（課題研究コース）／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　修士課程　修士課程　研究生／2017年度 大学院（修士課程） 修士課程（課題研究コース）／2017年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）／				
履修開始年次	１年生	単位数	0	備考	

主題と概要

マーケティングにおける様々な研究分野の研究を体系的に学んでいきます。履修者自身の専門分野だけでなく、マーケティング全般の研究成果を体系的に学んでいきます。

到達目標

マーケティングに関する、統一的な体系のもとでの理解を目指します。

提出課題

毎回、報告者を決めて発表してもらいます。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

報告時の発表資料をもとに授業を進めていきます。また、その都度内容に関するコメントをします。

評価の基準

報告レジュメと特論参加貢献度（質問や意見の発表など）によって評価します。

履修にあたっての注意・助言他

是非マーケティング原理特論とセットで履修してください。

教科書

.戦略的マーケティングの構図.	堀越比呂志	同文館	3800	978-4-495-64691-2

プリント資料及び参考文献

必要に応じて適宜配布します。

授業計画

1.ガイダンス＆マーケティングとは
2.序章：マーケティング研究における戦略的領域
3.第1章：組織研究の諸問題
4.第2章：チャネル研究の諸問題
5.第3章：戦略的提携研究の諸問題
6.第4章：競争戦略研究の諸問題
7.第5章：市場の理解における諸問題1
8.第6章：市場の理解における諸問題2
9.第7章：消費者とのリレーションシップ研究の諸問題
10.第8章：グローバル市場研究の諸問題
11.第9章：CSR研究の諸問題
12.第10章：ステークホルダー研究の諸問題
13.第11章：既存制度への対応に関する研究の諸問題
14.第12章：ICTへの対応に関する研究の諸問題
15.まとめ

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

準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

【予習】毎回報告者のつもりで、しっかり予習してきてください。
【復習】新たに気づいたことを中心に、まとめ直してください。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

備考

1回目の授業で、担当章などを決めていきます。