

講義名	対1)マーケティング論			授業形態	
担当教員	村尾 俊一	開講期・曜日・時限	前期 月曜日 2時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

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経験をしながら、マーケティングの考え方を身につけてもらうことを目標としています。講義では、最新の動きを反映したケースと理論を組み合わせながら、毎向一つのテーマで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。この講義は、他のマーケティングの基礎となるという意味で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増やすことに重点を置きます。

到達目標

1. マーケティングの考え方を身につける。
2. マーケティングの基本理論を理解する。
3. 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

授業中に、課題や小テストを実施します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

授業中に、課題や小テストについて解説します。

評価の基準

授業中の、課題や小テスト : 50点
 期末試験、またはレポート : 50点

履修にあたっての注意・助言他

マーケティングは、日々進化している学問です。マーケティングの向が変化しているのか、マーケティングの変わらない本質とは何かを、自分の頭で考え、自分の言葉で語れることを目標としてください、それを考える種は皆さんの周りにたくさんあります。

教科書

.使用しない。

参考図書

.マーケティングコミュニケーションにおける創造性と戦略。	村尾俊一	中央経済社	3300	9784502377617
------------------------------	------	-------	------	---------------

その他

毎回レジュメを準備します。

授業計画

1. マーケティングとは（マーケティングの歴史）
2. マーケティングの定義（マーケティング志向）
3. マーケティングの現状分析（市場とマーケティング環境）
4. マーケティングのSTP1（セグメンテーションとターゲティング）
5. マーケティングのSTP2（ポジショニング）
6. マーケティングと戦略
7. マーケティングとブランド（キットカット）
8. マーケティングの4P1（Product製品）
9. マーケティングの4P2（Price価格）
10. マーケティングの4P3（Place流通）
11. マーケティングの4P4（Promotionプロモーション）
12. マーケティングと消費者行動（市場調査）
13. ポストモダンマーケティング
14. ソーシャルマーケティング
15. デジタル化とマーケティングの将来

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
ク：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）		

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

予習：毎回のテーマについて、自分で考えてから授業にのぞんでください。毎回1時間。
 復習：pdfの資料や、参考図書を使い、知識の定着をして下さい。毎回1時間。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

本授業を受講することで、BPと到達目標の達成に貢献できる。
 具体的には、企業や団体の課題の現状分析能力構築と、それへの対処策の立案能力を身につけることができる。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

クlicker（レスポ）を使い、課題、アンケート、小テストを実施予定。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり。世界一のマーケティングコミュニケーション企業IPGの中核会社、Jウォルター・トンプソン（現ワンダーマン・トンプソン）において、外資系クライアント（得意先）に対して30年以上、営業部門とクリエイティブ部門での実務経験があります。広告、広報、戦略、クリエイティブ、プロモーション、イベント等に関する実務経験を活用した授業を実施します。

備考

新型コロナウイルスの感染状況により、シラバスに変更がある場合があります。
 濃厚接触者、感染者にはレポートで対応します。