

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

主題と概要
<p>主題：マーケティング戦略 概要：ブランド経営の基本概念を学ぶ。</p>

到達目標
<p>1. マーケティング戦略の基礎知識を身に付けられる。 2. 就活、そして就職後も役立つ実践的理論を習得できる。</p>

提出課題
適宜指示する。

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
QAタイムを設け、質疑応答する。

評価の基準
<p>期末レポート50%、講義期間内求める提出物50%。 今後、コロナウイルス感染拡大の状況変化に伴い、講義形式の変更も想定されるが、そうなった場合でも成績評価方法は変更しない。 本講義は、現代ビジネス社会の評価基準である「信責必罰」を適用する。 悪い結果を出した人は高く評価する。本講義開始後に守らない場合は、「契約違反」として処する。 「現代ビジネスの基本」は契約である。履修登録した段階で、以下の契約内容に同意したことになる。 1. 「ネアカ」のびのび「へこたれず」の精神を体現し、組織（クラス）のモチベーションを高める前向きな姿勢を見せた人は努力点として加算する。 2. 他の科目と同様、出席は当たり前。無断欠席は大減点。欠席する場合は証明書（例：公欠届、医師の診断書が病状の領収書等し、など）を提出せよ。 3. 座席、私語など、組織（クラス）を落とす迷惑行為、業務（授業）を妨害する行動、発言については、期末書の提出を求める場合がある。その結果しだいで、大幅減点になることを認識し「大人としての行動」を心掛けて欲しい。</p>

履修にあたっての注意・助言他
<p>1. 原則として、1回につき、1座分の内容を講義する。テキストの予習、復習を欠かさないこと。ただ座り、ポーと聞いているという態度は嫌んで欲しい。講義中はノートに記す作業を怠らないこと。 2. 当日、「日本経済新聞」（電子版も可）を読むこと。「日経ビジネス」、「東洋経済」、「ダイヤモンド」、「エコノミスト」などのビジネス週刊誌も定期的に目を通しておき、常に「情報武装」しておくことが望ましい。 3. テーマを決め、それに関する記事をスクラップブックに貼り（デジタル処理してもいい）、熟読し関連情報を調べること。</p>

教科書					
<table border="1"> <tr> <td>1からブランド経営</td> <td>石井淳蔵・廣田聖光（編著）</td> <td>中央経済社</td> <td>2,400円</td> <td>ISBN978-4-502-38471-4</td> </tr> </table>	1からブランド経営	石井淳蔵・廣田聖光（編著）	中央経済社	2,400円	ISBN978-4-502-38471-4
1からブランド経営	石井淳蔵・廣田聖光（編著）	中央経済社	2,400円	ISBN978-4-502-38471-4	

参考図書				

その他
適宜配布する。

授業計画
<ol style="list-style-type: none"> 「ブランド」について奥深く考える 「ブランド」発想とは あなたも食べたことがあるスナック菓子のブランド力 如き目だけで選んでいると思っていた案が意外と・・・ 新市場を築くには用途開発から 夏目赤石や岩谷沢賢治が愛したドリンクが今も飲まれている理由 ポシヨニングとブランドの関係 機能性食品（飲料）はブランド品だった 奥い消してブランドをつかった消臭剤 サービスはブランドになる まず先にブランドあり、を实践したあの電鉄会社 ブランドがない商売がブランドに スポーツの記録をブランドにした会社 セレブっぽくないのが格好いい 一つ一つの企業が複数のブランドを展開する狙い

授業形態（アクティブ・ラーニング）								
<table border="1"> <tr> <td>ア：PBL（課題解決型学習）</td> <td>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）</td> </tr> <tr> <td>ウ：ディスカッション、ディベート</td> <td>エ：グループワーク</td> </tr> <tr> <td>オ：プレゼンテーション</td> <td>カ：実習、フィールドワーク</td> </tr> <tr> <td colspan="2">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）</td> </tr> </table>	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）	
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）								

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
<p>予習：2時間＝テキストをどんでん読み進めること 復習：2時間＝講義中にメモした内容とテキストの内容を合体させ、「自分ノート」に記し、編集すること。 毎日、「日本経済新聞」（電子版も可）を読むこと。</p>

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連
<p>「知識を知識に転換することができる、論理的思考力を持った人材」を育成するため。 1. 課題発見・課題解決に必要な情報を見定め、適切な手段を用いて収集・編集・整理することができる（情報収集力） 2. 収集した個々の情報を多角的に分析し、現状を正確に把握することができる（情報分析力） を高める。</p>

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
実務経験あり。著名経営者やビジネスマン、技術者にインタビュー、執筆、編集した経験をもとに、現代ビジネスの実態について言及し、経営学とジャーナリズムの観点から理論的・実践的知識を教授する。

備考
<p>ビジネス誌編集部を経て、2005年4月、神戸大学大学院経営学研究科助（准）教授に就任したのを皮切りに大学の世界に入りました。その後、複数の大学、大学院で一般学生だけでなく、社会人も教えてきました。その中には、現役社長も数名いらっしゃいました。これまでニューヨーク駐在の他、世界各国で多くの企業エグゼクティブを取材してきました。経営学とビジネス・ジャーナリズムを融合した視座から論考したオピニオンを、学評（学会）に届くまで広く社会に向けて、分かり易い言葉で発信し続けています。ジャーナリズムを知る経営学者、経営学を知るジャーナリストです。現在も、新聞、ビジネス誌などを中心に、執筆しコメントを発信しています。私の最大の特徴は、実際に教後の日本経済の成長を支えた日本を代表する経営者たちと実際に対話してきたことです。そこから得た知見を生かし、「生きた経営学」を教授したいと考えています。</p>