

講義名	マーケティング・ケーススタディ			授業形態	
担当教員	後藤 こそ恵	開講期・曜日・時間	後期 月曜日 2 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

変化する消費者を捉えることは容易ではない。しかし、マーケティング分野の知識を活用すれば、ある一定の枠組みを持って現象を分析することができる。本講義では、マーケティングの観点から様々な現象を分析できる力を養うために、マーケティングの基本的な考え方（特にSTP、4P）について十分理解することを目指す。加えて、変化する消費者を捉え、新たな方策を立案できるようになるために、主体的に考え、課題を発見し、分析し、解決策を構想する機会を多く設ける。

到達目標

4PやSTP理論といったマーケティングの基本的な考え方（基礎知識）を正しく理解する。マーケティング活動の仕組みや役割を理解した上で、セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、マーケティングミックスといった諸理論に基づいて問題点や課題解決策を考案し、具体的に口述もしくは記述することができるようになる。

提出課題

各回の授業内容に関する小レポート（レスポンス）を出題するので期限内までに提出すること。加えて、中間レポートおよび最終レポートの提出を求める。

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

提出内容についてのコメントを適宜フィードバックする。

評価の基準

小レポート（約250字）×30回（授業ごと）=50%
 中間レポート 1回（約3000字）=25%
 最終レポート 1回（約3000字）=25%
 各種レポートを作成する際には、授業で学んだことをまとめるだけに留まらず、これまでに学んだ知識（授業外を含む）を総動員して自身の考えについて議論する姿勢が求められる。

履修にあたっての注意・助言他

マーケティング関係の科目の受講経験がある、もしくは同時に受講していることが望ましいが、必須ではない。テキストを読み、疑問に答えてくる宿題を出すので、スケジュール管理に注意を払われたい。
 マーケティング関連の授業を履修するにあたっては、普段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（学内で無料アクセス可）において日経流通新聞などを読む習慣をつけることで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）についても学ぶと多くの場面で役立ちそうだ。

教科書

.1からのマーケティングデザイン.	石井・廣田・坂田	碩学者	2640	4502200212
-------------------	----------	-----	------	------------

参考文献

.なし.

その他

適宜配布する。

授業計画

- 第1章 マーケティング発想法
- 第2章 マーケティング・ミックスによる顧客創造
- 第3章 製品による顧客創造
- 第4章 価格による顧客創造
- 第5章 チャネルによる顧客創造
- 第6章 コミュニケーションにおける顧客創造
- 第7章 顧客理解
- 第8章 関係構築
- 第9章 デジタル・マーケティング
- 第10章 デイマンドチェーン
- 第11章 ブランド構築
- 第12章 営業活動
- 第13章 マーケティングの戦略展開
- 第14章 社会共生
- 第15章 マーケティング3.0

進行度合いによっては変更の可能性がある。

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）	

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

宿題をするために2時間、学修内容の復習をするために2時間を想定する。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

到達目標を達成することで、マーケティングの基礎知識とそれに基づいた課題解決策を提示できるようになる。このことにより、ディプロマポリシーにあるマーケティング動向の理解とその知識に基づいた改善策・解決策の提示ができるという到達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、授業中の小レポートにはレスポンスを使用する。
 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が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たら幸いです。

実務経験の有無及び活用

備考

新型コロナウイルス感染症等の状況により、シラバスは修正される可能性がある。また、オンライン受講となった場合でも登学を求める場合がある。