

講義名	マーケティング原理特論			授業形態	
担当教員	後藤 こそ恵 / 羽藤 雅彦		開講期・曜日・時限	前期 月曜日 2時限	
	単位数	0	履修開始年次	1年生	ナンバリング・コード

**主題と概要**

絶え間なく変化する経営環境にあって、企業はいかなる意思決定を行うべきだろうか。企業と市場との関係は常に変化し、そこでの舵取りは困難を極める。そういった状況下においてもより良い判断をするために、マーケティング分野における理論や建概念から学べることは多い。企業と市場の可変的な関係において、いかなる戦略が有効だろうか。本講義では、マーケティングの基本的な概念を理解し、それを具体的なケースに当てはめるための思考トレーニングを行う。

**到達目標**

現代におけるマーケティング戦略の重要性について理解し、様々な事例を読み解く論理的基礎を身につける。具体的には、以下の目標を設定する。マーケティングの諸概念について深く理解する。マーケティングの諸概念を用いて現象を分析し、課題を発見し、その解決方法を提示できるようになる。マーケティングの諸概念と自身の修士論文あるいは課題研究の研究課題との関連を見出し、既存研究の到達点と今後の発展可能性および適切な研究方法を論じることができるようになる。

**提出課題**

担当を決め、教科書の内容についての発表をお願いする（履修者数により回数は決定）。各回課題レポートを出題します。宿題として取り組み、提出してもらいます。

**課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法**

提出された内容に対してフィードバックを行う。

**評価の基準**

発表 = 50%  
レポート = 50%

**履修にあたっての注意・助言他**

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PCよりアクセス可）において日経流通新聞などを読む習慣をつけると授業で学んだ理論を具体的な事象に当てはめて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）についても学ぶところが多いので視聴をお勧めする。  
テキストについて、「ポストコロナのマーケティング・ケーススタディ」はアマゾンなどで分冊版も購入できます。

教科書	.マーケティング・ケーススタディ.	池尾恭一	碩学舎	3300	978-4-502-146
	.ポストコロナのマーケティング・ケーススタディ.	池尾恭一	碩学舎	2640	978-4-502-392

**参考文献**

.なし.					

**その他**

適宜配布する

**授業計画**

主に以下の内容を規定の授業回（15回）にわたって実施します。割り振りは受講者数によって調整します。

マーケティングの分析枠組み  
 ケーススタディの実例: 株式会社朝日フレスシア)  
 ブランド政策: 米国日立家電  
 製品政策: 英国日立家電  
 プラント政策: セイコーウォッチ株式会社  
 新製品開発政策: 株式会社日立製作所-情報通信事業部  
 価格政策: アスクル株式会社・オフィス通販事業  
 プロモーション政策: タイガー-魔法瓶株式会社  
 流通チャネル政策: 株式会社JTB-中国におけるマーケティング戦略  
 小売マーケティング戦略と消費者調査データ: サンライフ・ストア株式会社  
 小売マーケティング戦略とチェーンオペレーション: ニューベリー・トーキョー  
 ビジネスモデルの進化とマーケティング戦略: ゲーム産業に関するノート  
 インターネット環境でのマーケティング戦略: 株式会社ぐるなび)  
 新型コロナ危機とマーケティング戦略  
 ECチャネル政策: 株式会社ヤフーグループ  
 オムニチャネル政策: 株式会社コスメクス  
 ユット・プロモーション政策: 株式会社アッシュ  
 チャネルメディア活用とコミュニケーション政策とO2C: 日清食品株式会社  
 サブスクリプションサービス: カフェ業界に関するノート  
 コロナ禍と消費者行動: 荒木真生、テレワークを知る

**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**

テキストを読んで意味を理解するために2時間、授業での実施内容を復習するために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**

当該授業はマーケティングの諸概念を深く理解し、それにより現象を分析、解決方法を提示し、また諸概念について批判的検討を加えることでディプロマポリシーに掲げられた教育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**

宿題の提出にはレスポンスもしくは代替手段を使用する。  
 このため、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るようお願いしたい。  
 スマートフォン等が不調の際には、学内の貸し出し用端末を利用されたい。

**実務経験の有無及び活用**

**備考**
