

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	伊藤 佳代	開講期・曜日・時限	後期 木曜日 3時限		
		単位数	2	履修開始年次	2年生

主題と概要

マーケティング分野の知識を活用すれば、日々変化していく消費者を分析することができ、ビジネス現象を捉えることもできる。本講義では、消費やビジネスに関する様々な現象を分析する力を養うためにマーケティングの基本的な概念や理論を理解することを目指す。また、マーケティングの知識を活かし、主体的に課題を発見し、それを分析したり解決策などを立案できるようにするための機会を多く設ける。

到達目標

STPや4Pといったマーケティングの基本的考え方を正しく理解する。
マーケティングの仕組みや役割を理解したうえで、マーケティング・ミックス等の諸理論に基づいて問題点や課題解決を考え、プレゼンテーションもしくは記述できるようになる。

提出課題

各回の講義に関する小レポートを課すので期限までに提出すること。
さらに講義全体を通じた問題発見・解決能力、プレゼンテーションスキルをつける意味で、中間レポートおよび最終レポートを求める。

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50% 中間レポート25% 最終レポート25%

履修にあたっての注意・助言他

日頃からテレビや新聞（日経流通新聞）などでビジネスや消費生活などに関するニュースや記事に触れておくことが望ましい。

教科書

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

参考図書

.なし.				
------	--	--	--	--

その他

適宜配布する

授業計画

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

授業形態（アクティブ・ラーニング）

<input type="checkbox"/> P: PBL（課題解決型学習）	<input type="checkbox"/> 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）
<input type="checkbox"/> W: ディスカッション、ディベート	<input type="checkbox"/> エ: グループワーク
<input type="checkbox"/> O: プレゼンテーション	<input type="checkbox"/> カ: 実習、フィールドワーク
<input type="checkbox"/> 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、学修内容の予習に2時間を想定

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

到達目標などを達成することで、マーケティング基礎知識の理解とそれに基づく課題解決の提示ができるようになる。このことによってディプロマポリシーにあるマーケティング同行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または代替手段を使用する。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。余裕をもって準備いただけるようお願いしたい。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり。企業の顧問を行っていることから実社会の現状を伝えることができる。

備考