

科目名	マーケティング論A Marketing A						
科目担当者	田中 賢一 TANAKA Ken'ichi						
単位数	2	配当年次	2年	授業形態	講義	開講学期	前期
履修学部・学科 [区分]	経営学部・経営学科 [専門教育科目 専門科目]					ディプロマポリシーとの関連	(2)(4)
授業の概要	<p>マーケティングに関わる様々な用語や手法を、具体的な企業の事例を題材にしながら、興味深く学んでいくことを目指します。また実社会で取り入れられている最新のマーケティング手法についても適宜紹介し、学んでいきます。</p> <p>マーケティングとは皆さんの日常の生活のなかに存在している身近な存在です。一言で言うと「顧客と企業がともに幸せになれる交換点」を探り、見つけ出す活動だと言えます。本講義では多数の事例を取り入れ、実践的なマーケティングを学んでいってもらいます。</p>						
授業の到達目標	<p>① さらに高度なマーケティング科目への導入講義と位置づけ、マーケティングに関する基礎的な知識を習得する。</p> <p>② マーケティングの基本的なテンプレートについて理解できる。</p> <p>③ マーケティングの4Pをしっかりと理解でき、自分たちで活用することができるようになる。</p>						
授業計画・内容	1	ガイダンス：マーケティングの世界へようこそ					
	2	市場分析手法 (1)：基本的なフレームワークについて押えよう					
	3	市場分析手法 (2)：応用的なフレームワークについて挑戦してみよう					
	4	競合分析手法：競合を分析して自社を省みる					
	5	顧客分析手法 (1)：セグメンテーションで消費者を類型化する					
	6	顧客分析手法 (2)：顧客心理に訴求するアプローチ					
	7	マーケティングミックス (1)：シーズとニーズの探り方					
	8	マーケティングミックス (2)：製品開発戦略手法について					
	9	マーケティングミックス (3)：企業の価格政策について					
	10	マーケティングミックス (4)：消費者の心理的要因に作用する価格政策					
	11	マーケティングミックス (5)：プロモーション戦略の手法、人的販売とパブリシティ					
	12	マーケティングミックス (6)：広告媒体と広告表現					
	13	マーケティングミックス (7)：流通戦略の歴史と手法、わが国の流通構造について					
	14	マーケティングミックス (8)：新しい流通形態の紹介					
	15	まとめ					
授業外学修 (事前学修)	毎回、授業範囲を予習し、専門用語の意味等をあらかじめ調べておきましょう（毎週2時間程度）						
授業外学修 (事後学修)	毎回、授業内容について要点を整理し、不明な箇所を調べておきましょう（毎週2時間程度）						
成績評価方法・ 評価比率・到達 目標との対応	成績評価方法				評価比率		到達目標との対応
	定期試験 小レポート等				70% 30%		①②③ ②③
成績評価基準	<p>秀：（評点90点以上）到達目標を極めて高い水準で達成している場合</p> <p>優：（評点80点～89点）到達目標を高い水準で達成している場合</p> <p>良：（評点70点～79点）到達目標を一定の水準で達成している場合</p> <p>可：（評点60点～69点）到達目標を最低限の水準で達成している場合</p> <p>不可：（評点60点未満）到達目標に達していない場合</p>						
教科書	資料を配布します。						
参考文献	なし						
その他	なし						