

開講期間	配当年	単位数	科目必選区分
半期	2 年	2	必修
担当教員			
美藤 信也			
B（経営学科）	S（専門科目）	MK（マーケティング）	201（中級科目）

授業のねらい（概要）	本授業では、DPに記載のある、情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢を目指している。また、専門的分野の学びを、実務や社会で応用できる能力を養成します。詳細な内容として、マーケティングの理論や概念から戦略展開までを身につけます。特に、実際の企業及びビジネスの具体的な事例を活用し、日常的な事実と関連させてマーケティングを学習するため、マーケティングの理論と実務が習得できます。企業研究、業界研究及び就職活動にも役立ちます。		
授業計画	第1回 【遠隔】ガイダンス（①本講義の進め方・評価の仕方、②マーケティング論で何を学ぶか。） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第2回 【遠隔】マーケティングの役割と環境分析（企業のマクロ環境要因とミクロ環境要因） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第3回 【遠隔】マーケティング・リサーチ（マーケティング・リサーチのプロセス） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第4回 【遠隔】消費者市場と購買者行動 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第5回 市場細分化とターゲティング（市場セグメントの明確化とターゲット市場の選定） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第6回 ポジショニング 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第7回 【課題】製品戦略①（製品のライフサイクルと製品ミックス）一地域の企業事例を含めて一 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第8回 製品戦略②（新製品開発とブランド戦略）一地域の企業事例を含めて一 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第9回 価格戦略①（価格設定の基本戦略） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第10回 価格戦略②（新商品の価格設定とさまざまな価格戦略） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第11回 【課題】流通チャネル戦略①（流通チャネルの性質）一地域の企業事例を含めて一 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第12回 流通チャネル戦略②（流通チャネルの選択と管理）一地域の企業事例を含めて一 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第13回 【課題】プロモーション戦略①（コミュニケーションツールと広告宣伝） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第14回 プロモーション戦略②（セールスプロモーション） 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分） 第15回 まとめ 予習（時間）：事前に配布されたプリントや資料等を読んでおくこと。（120分） 復習（時間）：授業で解説及び活用されたプリントや資料を見直しておくこと。（120分）		
授業を通して身に付けることができる能力（DP）	①職業人的倫理観を持ち、組織で協働できる能力 ②情報の収集、分析を行い、進んで課題解決に臨む姿勢 ③経営学の専門的知識を持ち、組織全体を見渡す能力 ④経営資源を多面的に理解し、活用できる能力 【身に付くスキル】 課題解決力・創造的思考力		
到達目標	①マーケティングの基礎的用語や知識を学び、それらの具体的な内容を習得すること。 ②マーケティングに関する体系的かつ実践的な知識を習得し、戦略的思考を身につけることを目指します。		
課題や小テスト等のフィードバックの方法	小テストなどの全体的な注意点等は、授業内で解説する。		

履修上の注意	日本経済新聞を主とする新聞及びニュース等で取り扱われるマーケティングに関する記事をできる限り読み、現在のトピックスや現実の動きに注視すること。
成績評価の方法・基準	授業中に与えた課題への回答（30％）と期末テスト（70％）の合計点で評価する。
教科書	教科書は、使用しません。必要に応じてプリント及び資料を配布します。
参考書・教材	【参考書】新流通・マーケティング入門 著者名：金弘錫・美藤信也・吉岡秀輝・田中敬幸 出版社：成山堂書店 発行年：2017年 価格：本体価格2800円＋税
備考	2020年度は、7、11、13回を課題研究として学修します。 第7回の授業は、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第5回、第6回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。 第11回の授業も、第7回の授業と同様、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第9回、第10回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。 第13回の授業も、第7回、第11回の授業と同様、課題研究として学修します。課題研究の内容及び指示は、第11回、第12回の対面もしくはオンライン授業で行います。全体で240分の学修を想定しています。 「成績評価の方法・基準」欄の「定期試験等」は、本学の感染状況への対応を踏まえて、「最終レポート」で代替することがある。その場合は、授業などで実施方法の詳細と評価基準を受講生に告知する。
教員との連絡方法	メール（アドレスは、授業内で周知）