

グループ名	ユニット名等	科目名	担当教員名	対象学年次	学期
ビジネス	2単位 経営	マーケティング論	山口 憲二	2年次	秋

授業のキーワード	経営戦略、ニーズとウォンツ、セグメンテーション、製品開発、ビジネスモデル
授業の概要・目的 及び修得させる知識・技能	マーケティングの基礎的概念と知識、発想を理解し、専門文献を読みこなす経験をする。またほとんど毎時間、受講生全員に発言を求め、ディスカッションに参加することが義務付けられる。そのことにより、進学・就職後に発揮できる実力を養う。
履修のアドバイス・ 前提科目等	専門書を読み、講義を聞き、自分の考えをまとめて発表するという大学での勉強の本来のプロセスを、マーケティングの分野でトレーニングします。

## 授業展開

	テーマ	内 容		テーマ	内 容
第1講	マーケティング発想の経営	マーケティングとは何か、経営戦略との関係、販売との違いなど導入の講義をします。	第9講	サプライチェーンのマネジメント	資生堂の化粧品を事例として、在庫管理やサプライチェーンマネジメントについて講義します。
第2講	マーケティング論のなりたち	マーケティングの誕生から現代の先進的マーケティングまで、その歴史を概観します。	第10講	営業のマネジメント	サントリーが行ったウイスキーのマーケティングについて講義し、営業という仕事の本質を考えます。
第3講	マーケティングの基本概念	ニコンのデジカメを例に、マーケティングの4Pなど、基本概念を講義します。	第11講	顧客関係のマネジメント	パナソニック(松下電器)の歴史を学び、同社がどのようなマーケティングを行ってきたかを講義します。また同社のレッツノートというパソコンを事例に、顧客関係のマネジメントとはどういうものかについて講義します。
第4講	戦略的マーケティング	経営戦略との関係に焦点を当てて、ポートフォリオなどマーケティング戦略の基礎を講義します。	第12講	顧客理解のマネジメント	フジッコの経営とマーケティングについて講義します。「煮豆」を事例に、どのようなマーケティングが行われたのかを講義します。
第5講	製品のマネジメント	「かっぱえびせん」を事例に、カルビー社のマーケティング戦略(製品のマネジメント)を議論します。	第13講	ブランド構築のマネジメント	ネスレ社の「キットカット」を事例にして、ブランド構築の条件や企業の工夫を考えます。
第6講	価格のマネジメント	携帯電話やハンバーガーを例に、価格(料金体系)のマネジメントの重要性について講義します。	第14講	ブランド組織のマネジメント	P&G社やリプトン社を事例に、ブランド・マネージャーの意義など、ブランド組織のマネジメントについて講義します。
第7講	広告のマネジメント	「ファブリーズ」を事例にして、P&G社のマーケティング戦略(広告のマネジメント)について講義します。	第15講	企業の社会的責任	マーケティングの立場から企業の社会的責任について考えます。
第8講	チャネルのマネジメント	資生堂の化粧品を事例にして、同社の歴史やマーケティング戦略について講義します。	評価方法		定期試験の成績による。出席状況を考慮する場合がある。
備考 (関連する資格・試験等)					
使用する教科書(必ず購入してください)			参 考 文 献		
石井淳蔵・廣田章光『1からのマーケティング(第3版)』(中央経済社)					