

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	駒田 純久	2 年次	春

授業のキーワード	市場、顧客、流通
授業の概要	マーケティングのしくみ・概念・用語について理解を深めます。企業や自治体・非営利団体など幅広い分野が対象となります。また関係する消費者行動と流通についても学習します。できるだけ授業中に発言してもらうことを期待します。
期待される学習成果（目標）	1. マーケティングのしくみについて理解できます。 2. 自分自身でもマーケティング・プランを作成できるようになります。

授業展開

	テーマ	内 容		テーマ	内 容
第 1 講	オリエンテーション：マーケティングの全体像	授業の進め方と予定を説明します。	第 9 講	日本の流通とマーケティング	日本の市場について知っておくべき「流通」について学習します。
第 2 講	マーケティングの簡単な歴史	ビジネスのなかでマーケティングが重要視されるようになった歴史にふれます。	第 10 講	消費者行動① 個人の意思決定	消費者行動論のなかで、個人の行動をとりあげます。
第 3 講	セグメンテーションとターゲティング	市場を細分化すること、その作業について理解します。	第 11 講	消費者行動② 社会のなかの個人	個人に影響を与える消費社会（大衆消費社会）について学習します。
第 4 講	マーケティング・ミックス① 製品について	4 つの P について説明し、Product（製品）の部分の説明します。	第 12 講	競争戦略① PLC	企業のマーケティングが製品ライフサイクルのなかで、どのように変わるか勉強します。
第 5 講	マーケティング・ミックス② 価格について	Price（価格）の部分の説明します。	第 13 講	競争戦略② 地位別戦略	市場における競争がどのようにマーケティング戦略に影響するか勉強します。
第 6 講	マーケティング・ミックス③ 流通について	Place（販売チャネル）の部分の説明します。	第 14 講	サービス・マーケティング	サービス・ドミナント・ロジックを中心に、サービスのマーケティングについて説明します。
第 7 講	マーケティング・ミックス④ プロモーション	Promotion（広告・販促）について説明します。	第 15 講	ソーシャル・マーケティング	自治体、非営利組織などへのマーケティングの応用、また社会志向のマーケティングについて学習します。
第 8 講	前半のまとめと中間テスト	ここまで学習してきたことをまとめ、後半で確認のためのテストを実施します。	定期試験		記述式の試験を実施します。中間と期末の 2 回します。
評価方法		中間・期末テスト（50%）、授業中の発言・発表・コメントなど（50%）			
使用する教科書（必ず購入してください）			参 考 文 献		
必要なときにプリントを配布します。			黒岩健一郎・水越康介（2012）『マーケティングをつかむ』有斐閣、2,100 円。 和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦（2012）『マーケティング戦略 第 4 版』有斐閣、2,000 円。 沼上幹（2010）『わかりやすいマーケティング戦略新版』有斐閣、1,900 円。		