

講義名称	マーケティング論	担当教員名	駒田 純久
科目群	ビジネス		
科目区分等	経営	単 位	2
対象学年次	2年・春学期	ナンバリング	

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。また消費者行動と流通についても学習します。
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		
回	テーマ	内 容
1	オリエンテーション	授業の進め方と予定、マーケティングの全体像を説明します。
2	マーケティングの歴史	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。
3	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。
4	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。
5	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。
6	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。
7	マーケティング・ミックス④	Promotion（広告・販促）について説明します。
8	前半のまとめと中間テスト	マーケティング・ミックスのまとめと確認テストを実施します。
9	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。
10	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。
11	消費者行動② 消費社会	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。
12	競争戦略① PLC別戦略	製品ライフサイクルの段階別のマーケティングを勉強します。
13	競争戦略② 地位別戦略	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。
14	サービス・マーケティング	サービス・ドミナント・ロジックを中心に説明します。
15	ソーシャル・マーケティング	自治体、非営利組織のマーケティングについて学習します。

定期試験	記述式の試験を実施します。中間と期末の2回実施します。
評価方法	中間・期末テスト（80%）、授業中の発言・発表・コメントなど（20%）で評価します。
使用する教科書（必ず購入してください）	必要なときにプリントを配布します。
参考文献	和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦『マーケティング戦略 第5版』有斐閣。 恩蔵直人『マーケティングに強くなる』ちくま新書。 コトラー・アームストロング・恩蔵直人『マーケティング原理』丸善出版。