

講義名称	マーケティング論	担当教員名	駒田 純久
科目群	社会科学 (SOC)		
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	SOC242

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。企業や非営利組織などの活動が対象です。消費者行動と流通の基礎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、評価方法について説明します。
2	マーケティングの全体像	マーケティングの歴史とSTPについて学習します。
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	「4つのP」について説明し、Product (製品) の部分を学びます。
5	マーケティング・ミックス② 価格	Price (価格) について説明します。
6	マーケティング・ミックス③ 流通	Place (販売チャネル) について説明します。
7	マーケティング・ミックス④ 広告・宣伝	企業のPromotionについて学習します。
8	これまで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	流通の基礎知識	日本の市場と流通構造、また消費社会について学習します。
10	消費者行動①	個人の消費行動 (購買行動) について学びます。
11	消費者行動②	個人に影響を与える消費社会について説明します。
12	競争戦略①	製品ライフサイクル別戦略について学びます。
13	競争戦略②	競争地位別戦略について説明します。
14	サービス・観光マーケティング	近年注目されるサービス消費・コト消費と対応するマーケティングについて理解します。
15	ソーシャル・マーケティング、企業倫理	マーケティング活動とそれに関わる倫理的課題について学びます。

定期試験	記述式の試験を実施します。中間と期末の2回を予定しています。
授業時間外学習	興味をもったマーケティングに関連する文献を読み進めてください。新商品情報や新規出店など身の周りのビジネス活動に注目することが必要です。
評価方法	中間・期末テスト (80%)、授業中の発言・発表・コメント (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	黒岩健一郎・水越康介『マーケティングをつかむ新版』有斐閣。 理央周『「なぜか売れる」の公式』日経ビジネス文庫。 阿部誠『大学4年間のマーケティングが10時間で学べる』KADOKAWA。