

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	市場と消費者、顧客経験価値、流通と小売商業
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	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	注目される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	<ul style="list-style-type: none"> <li>身近な商品や企業のマーケティング活動について情報収集します。</li> <li>ケース (事例) について自分なりのマーケティング活動を計画します。</li> <li>企業のマーケティング戦略について「まとめ・分析」をします。</li> </ul>
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	石井淳蔵他編著『1からのマーケティング 第4版』碩学舎。 西川英彦・澁谷寛編著『1からのデジタル・マーケティング』碩学舎。 松井剛・西川英彦編著『1からの消費者行動 第2版』碩学舎。