

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 CA7 DI5	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、ビジネスプラン
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・消費者行動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 (STP)	マーケティングの歴史とSTPについて学習します。
3	消費者行動	情報収集から評価・購買に至るまでの消費者行動を概観します。
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	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。
10	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。
11	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。
12	競争戦略②	競争地位別戦略について説明します。
13	デジタル社会	デジタル・マーケティングの事例を紹介します。
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。前半の振り返りと学期末の2回を予定しています。
授業時間外学習	・身近な商品や企業のマーケティングについて情報収集します (1時間)。 ・ケースについてマーケティング活動を計画します (1時間)。
評価方法	中間・期末テスト (60%)、発言・ワークシート・課題レポート (40%) 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資料を配布します。
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6版』有斐閣。 上田隆穂『価格決定戦略』明日香出版社。