

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
マーケティング I		1年	前期	別途、時間割参照
Marketing I				
単位数	授業の形態	授業の性格		履修上の制限
2単位	講義	選択	観光ビジネス実務士必修 上級ビジネス実務士必修、ビジネス実務士必修 上級情報処理士必修、情報処理士必修	特になし
当該科目の理解を促すために受講しておくことが望まれる科目				
経営学 I II、ビジネス実務総論 I II、簿記 I II				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
経営学 I、ビジネス実務総論 I、簿記 I				
担当者に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー		電話番号・メールアドレス
井戸 大輔	非常勤講師室	月曜12:40～16:00 (授業時間を除く)		授業中に指示します
授業の概要				
マーケティングは企業が市場や環境に適応しつつ、製品やサービスを開発し、広告、販売する活動が主な内容だが、個人や非営利組織にも適用される概念に拡張されてきている。企業や組織のマーケティングはICT (情報通信技術) の流れの中で、新たな方向へ歩み始めている。マーケティングを効果的かつ効率的に進めつつ、問題の発見と解決のために、マーケティングの基礎概念や理論を明らかにすることに、本授業の重点をおく。				
授業の目標				
①マーケティング現象を記述することができるようにする ②マーケティング現象を説明することができるようにする ③マーケティング現象を検証することができるようにする				
授業の方法				
本授業は、教科書と配布プリントを基本とした講義形式の授業方法を採用する。黒板に板書をした内容は、必ず配布プリントかノートにすること。毎回、授業開始時に、プリントを配布するので、各自ファイルを作成し管理すること。『日本経済新聞』『日経MJ (日経流通新聞)』『日経ビジネス』『週刊東洋経済』等から、マーケティング関連のトピックスも紹介する。一部は、図書館等を利用して、各自でコピーをとること。				
学習の成果 (学習成果)				
企業や組織でのマーケティング実践における知識が活用できる。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	授業ガイダンス—この授業の進め方と大学での学び方 *シラバスを読んでおき、この授業に関する質問事項を考えておくこと。教科書 (教科書と参考図書欄を参照のこと。) を入手しておくこと。			
第2回目	現代企業とマーケティング①:マーケティングとは、その定義と重要性、マーケティングの生成 (米国)、マーケティングを学ぶ意義と意味			
第3回目	現代企業とマーケティング②:マーケティングの発展 (日本)、現代企業とマーケティング			
第4回目	競争構造とマーケティング行動①:競争と競争構造、競争構造とマーケティング行動 (前)			
第5回目	競争構造とマーケティング行動②:競争構造とマーケティング行動 (後)			
第6回目	マーケティング戦略と体系①:企業経営行動とマーケティング戦略、製品ポートフォリオ・マネジメント			

第7回目	マーケティング戦略と体系②:マーケティング戦略と体系、ポーターの5つの競争戦略、PIMS		
第8回目	中間試験。マーケティング意思決定と情報①:マーケティング戦略と意思決定、戦略的情報システム、POSシステム レポート課題:異質な組み合わせで、新しい価値を生むアイデアを考える。提出は第15回目。		
第9回目	マーケティング意思決定と情報②:マーケティング情報、マーケティング・リサーチの手順、新製品開発のマーケティング・リサーチ		
第10回目	マーケティングと消費者行動①:消費者の行動把握、経済人モデル、生活人モデル		
第11回目	マーケティングと消費者行動②:消費者購買行動、内的影響要因、外的影響要因		
第12回目	マーケティングと消費者行動③:購買意思決定のプロセス、販売公式モデル		
第13回目	製品戦略①:製品戦略の位置、新製品開発 授業の総括—1-13回のまとめ		
第14回目	学期末試験。製品戦略②:製品戦略の方法、ブランド戦略		
第15回目	学期末試験の解答と解説、製品戦略③:ブランド戦略の最新事例、レポート提出		
成績評価の方法と基準			
	評価の領域	割合	評価の基準
授業参加態度		20%	S:教科書を準備し、必要なことはノートを取り、分り難い点は積極的に質問し、課題を準備して授業に臨み、私語、飲食、居眠り、携帯端末の操作、他科目等の内職、授業途中の入退席等、授業の妨げになる行為がない。
レポート		30%	S:詳細に課題を探求し、内容構成もしっかりしており、課題の要件を十分に満たしている。第8回目に、課題を提示し、レポートの記述の仕方も伝達する。締切日は、第15回目の授業終了後まで。
調査報告書			
小テスト			
試験		50%	S:理解度90%以上である。中間試験は、第1回目から第7回目までの授業内容の理解度を確認するためのもの。学期末試験は、第1回目から第13回目までの授業内容を確認するためのもの。
発表内容 (態度含む)			
その他			
教科書と参考図書			
【教科書】:日本マーケティング協会監修『ベーシック マーケティング』同文館、2009年。 【参考書】:池尾恭一・青木幸弘他『マーケティング』有斐閣、2010年。 宮澤永光・亀井昭宏監修『マーケティング辞典』〔改訂版〕同文館、2003年。			
履修上の留意点・ルール			
教科書には必ず目を通し分らなかった用語は、図書館やネット等で調べておくこと。配布プリントも少なくないのでファイルを作成し管理すること。質問等は、授業終了後もしくはオフィス・アワーで受付ける。授業の8回目に理解度を確認するための中間試験を実施。遅刻・欠席、教科書・配布プリントの不携帯の扱いについての詳細は、ガイダンス時に説明する。やむをえず欠席の際は、配布物を友人からコピーさせてもらうこと。			