

科目名 Course Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
マーケティング Marketing		1年	前期	別途、時間割参照
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/上級ビジネス実務士/上級情報処理士必修/ビジネス実務士/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ⅠⅡ、ビジネス実務総論ⅠⅡ、簿記ⅠⅡ				
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	火曜12:10～12:50（授業時間を除く）		授業中に指示する
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マーケティングの基礎理論および用語を使用して、企業や組織の基本的なマーケティング諸活動を認識し、説明できるようにする。 ②マーケティングの基本的な発想法を単なる知識としてではなく、感覚として体得することができるようにする。 ③卒業後、実際のビジネス・シーンで役立つように、その理論を十分に理解して、基礎知力および応用力を体得できるようにする。				
授業の方法				
本授業は、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とること。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）				
現代社会におけるマーケティングの重要性やその役割を理解した上で、企業や組織でのマーケティング実践上の内容を説明するとともに、マーケティングの発想法を知識としてではなく、感覚としてポイントを説明することができる。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	授業ガイダンスー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。			
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 (提出は第14回目の授業日)	
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	製品戦略②:製品戦略の方法、ブランド戦略	
第15回目	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: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	0%	
小テスト	0%	
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)	0%	
その他	0%	
教科書と参考図書		
【教科書】:使用しない。 【参考書】: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。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		
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、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。		