

| | | | | | | | |
|--------------------|---|--|----|-----|------|------|----|
| 科目名 Course Name | マーケティング Marketing | | | | | | |
| 年次 | 1 年 | 期別 | 前期 | 単位数 | 2 単位 | 授業形態 | 講義 |
| 担当者氏名 | 長江 庸泰 | | | | | | |
| 連絡先(質問等) | メールにて対応、オフィスアワー:本館2F(研究室 1)月～木曜 9:00～16:00(授業・会議時間を除く) | | | | | | |
| 必修/選択 | 選択 | | | | | | |
| 関連 DP | DP2,DP3,DP5 | | | | | | |
| 授業の概要と到達目標 | <p>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)・SNS の流れの中で、新たな局面を迎え、マーケティングの費用対効果を考察しながら、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学習する。</p> <p>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。</p> <p>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、感覚として体得できるようにする。</p> <p>③卒業後、実際のビジネス・シーンで役立つように、その理論を十分に学習し、基礎知力および応用力を体得できるようにする。</p> | | | | | | |
| 授業の方法 | 本授業は、講義、マルチメディア授業、デジタルテキスト、プレゼンテーション、ディスカッション、グループワーク等を活用しながら、マーケティングに精通した人材育成を目指すものである。 | | | | | | |
| 学習成果 | L01 | | | | | | |
| | L02 | | | | | | |
| | L03 | <p>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。</p> <p>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、感覚として体得できる。</p> <p>③卒業後、実際のビジネス・シーンで役立つように、その理論を十分に学習し、基礎知力および応用力を体得できる。</p> | | | | | |
| | L04 | | | | | | |
| 課題に対するフィードバック | 小テスト・期末試験等の解答を示し、結果は、メール等で個別にフィードバックする。 | | | | | | |
| 教科書/参考図書 | 長江庸泰作成の“デジタルテキスト[マーケティング 2020 年度版]”を活用する。 | | | | | | |
| 履修上の留意点やルール等 | 事前・事後学習各回 180 分、本学の教育理念(想う人、考える人、行う人を創る)を体現する自主創造の教えを基に、「1)常に疑問を持ち、2)物事を多面的に考え抜きながら、3)自分で調べ・学ぶ、課題解決型のアクティブラーニング」を常に心掛けること。 | | | | | | |
| 担当教員の実務経験 | ●実務経験(職種:会社役員 職歴:40 年)、実務経験をマーケティングの実践面と学習・説明等で活用する。 | | | | | | |

| 成績評価の方法と基準 | | | | | |
|------------|--|---------|-----|-----|-----|
| 評価の領域 | 評価基準 | 学習成果の割合 | | | |
| | | L01 | L02 | L03 | L04 |
| 授業参加態度 | 以下の 3 点から評価する:①ノートに関し、創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。S 評価の基準:上記参加態度を全て満たすもの。 | | | 10 | |
| レポート/作品 | S のレポートの評価:①創意工夫してまとめられている、②自分の意見を論理的に展開している、③課題の本質と学習成果が十分にまとめられている。レポート最新課題は、月 1 回計 3 回提出予定(締切は各月末)。 | | | 30 | |

佐野日本大学短期大学 2020 年度シラバス

| | | | | | |
|-------------|--|--|--|-----|--|
| 発表 | Sのレポート発表評価:①創意工夫した発表となっている、②自分の意見をまとめながら論理的に述べている、③積極的に質疑応答に臨んでいる。 | | | 20 | |
| 小テスト | 成績評価:S(傑出した内容)=90-100、A(平均を上回る内容)=80-89、B(平均的内容)=70-79、C(平均を下回る内容)=60-69、D(左記以外の内容)=0-59 | | | 20 | |
| 試験 | 成績評価:S(傑出した内容)=90-100、A(平均を上回る内容)=80-89、B(平均的内容)=70-79、C(平均を下回る内容)=60-69、D(左記以外の内容)=0-59 | | | 20 | |
| その他 | 上記評価基準に基づき成績評価:S(傑出した内容)=90-100、A(平均を上回る内容)=80-89、B(平均的内容)=70-79、C(平均を下回る内容)=60-69、D(左記以外の内容)=0-59 | | | | |
| 合 計 | | | | 100 | |

| 回数 | | 授業計画 |
|----|---------|---|
| 1 | 授業内容 | 授業ガイダンス:本授業の進め方と学び方/レポート課題説明と出題の解説、シラバスを読んでおき、各授業に関する質問事項等を考えておくこと。 |
| | 事前・事後学習 | 事前学習(上記質問事項等を準備しておくこと)・事後学習(ノートを整理しながら、自分で調べ・学ぶ姿勢を身につけること)。 |
| 2 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 3 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 4 | 授業内容 | 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)/(グループワークによるプレゼンとディスカッション①)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 5 | 授業内容 | 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)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 6 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 7 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 8 | 授業内容 | 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/(グループワークによるプレゼンとディスカッション②)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 9 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 10 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 11 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 12 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 13 | 授業内容 | 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。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 14 | 授業内容 | 製品戦略②:製品戦略の方法、ブランド戦略/(グループワークによるプレゼンとディスカッション③)。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |
| 15 | 授業内容 | 製品戦略③:ブランド戦略の最新事例、レポート提出。 |
| | 事前・事後学習 | 上記の質問事項等の準備とノートの事後整理学習。 |

