

科目名 Course Name	マーケティング Marketing			ナンバリング No.	C1-012		
年次	1 年	期別	前期	単位数	2	授業形態	講義
担当者氏名	長江 庸泰						
連絡方法	C-Learning にて対応、オフィスアワー:本館2F 研究室 月～木曜 (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、C-Learning 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 2023 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:43 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	
発表	S の発表評価: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	毎時間実施。			20	
試験	16週目に実施。			20	
その他					
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。