平成30年度 授業シラバスの詳細内容

科目名(英)	マーケティング戦略演習 (Marketing strategy practice)			授業コード	E045151
担当教員名	梅本　光一			科目ナンバリングコード	E30308
配当学年	3	開講期	後期		
必修・選択区分	コース必修 Bソリューションコース 選択 地域マネジメントコース 会計ファイナンスコース スポーツビジネスコース 福祉マネジメントコース こども・福祉コース	単位数	2		
履修上の注意または履修条件					
受講心得	授業の中での課題把握、レポートでの質問力をつけるということを意識して受講してください。授業の参加を重要視します				
教科書	なし				
参考文献及び指定図書	① コトラー入門(片山又一郎) ②「マーケティング・サイエンス入門」古川一郎、守口剛、阿部誠(有斐閣アルマ) ④「新しい広告」監修　嶋村和恵(電通)				
関連科目	広告論、サービスマーケティング論、ブランド論、マーケティング論				

授業の目的	マーケティングに関する理論の応用をマスターすること。ベストプラクティス企業・メディア・広告会社などの最新の動向・対応の具体的事例を学ぶことで、マーケティングの考え方がいかに重要かを肌で感じてもらう。
授業の概要	マーケティングとはそもそもどういうことか、マーケティング・コミュニケーションの目的と方法、マーケティング環境分析、マーケティング計画の概要、マーケティング・ミックスの考え方、最近のマーケティングの動向などを、各2～3回づつ学びます。

○授業計画	
学修内容	学修課題(予習・復習)
第 1 週 ： 現代社会とマーケティング 現代社会がどのように変化しているのか、その特徴を明らかにし、その中でマーケティングの必要性についても理解する	現代社会について復習 パワーポイント 復習20分
第 2 週 ： マーケティングのコンセプトの変化 時代のの変化とともにマーケティングコンセプトがいかに変化し、適応し来たのかを理解する	マーケティングコンセプト復習 パワーポイント 復習20分
第 3 週 ： 新しいマーケティングの動き 現在において、どのようなマーケティング手法があるのかを理解する	マーケティング手法復習 パワーポイント 復習20分
第 4 週 ： お客様にメッセージを伝えるための広告について 広告の種類と特徴を理解する　製品の中でのネーミングとパッケージの重要性についても理解する	広告について復習 パワーポイント 復習20分
第 5 週 ： ベストプラクティス企業の事例をつかって戦略を理解する 成功した企業がどのような戦略構築をしたのか、戦略について理解する	戦略について復習 パワーポイント 復習20分
第 6 週 ： 消費者行動を理解する	消費者行動について復習

消費者はどのような行動パターンで購入に至るのかを理解する AIDMA　AISAS理論を理解する	パワーポイント 復習20分

第 7 週 ： ベストプラクティス企業の事例をつかって4P　3Cを理解する 成功した企業のケースを使い、4Pをどのように組み立てているか、3Cをどのように利用しているのかを理解する	**4P・3Cについて復習** パワーポイント 復習20分
第 8 週 ： ベストプラクティス企業の事例をつかって競争戦略を理解する 5フォース分析、競争戦略のセオリーを理解する 競争戦略のセオリーをいかにして活用するのかを理解する	**競争戦略について復習** パワーポイント 復習20分
第 9 週 ： ベストプラクティス企業の事例をつかって価格戦略を理解する 価格の設定はいかにして行われているのかを企業のケースを使って理解する	**価格戦略について復習** パワーポイント 復習20分
第10週： ベストプラクティス企業の事例をつかってニーズ、ウォンツを理解する ニーズとウォンツを両立させるのにはいかにすればよいのかを企業のケースを使って理解する	**ニーズ・ウォンツについて復習** パワーポイント 復習20分
第11週： ベストプラクティス企業の事例をつかってブランド戦略を理解する バーティカルからラテラルへ　ブランドとは何か？ブランドはいかにして作られるのか？ブランドの拡張はどうすればよいのかを企業のケースを使って理解する	**ブランド戦略について復習** パワーポイント 復習20分
第12週： 株ジョイフルコラボ講座 株ジョイフルの会社概要の説明	**企業ジョイフルについて予習** パワーポイント 復習20分
第13週： 株ジョイフルコラボ講座 出店戦略及び商品戦略について	**授業復習** プレゼンテーションポスター作製
第14週： 株ジョイフルコラボ講座 プレゼンテーションコンテスト　新しいターゲット及び商品戦略について	**授業復習** プレゼンテーション 各チーム7分程度
第15週： まとめ 進化するマーケティング、EコマースからMコマースへ、最先端のマーケティング	**まとめ復習** パワーポイント
第16週： 期末試験	

授業の運営方法	（1）授業の形式	「講義形式」
	（2）複数担当の場合の方式	
	（3）アクティブ・ラーニング	「アクティブ・ラーニング科目」
地域志向科目		
備考		

〇単位を修得するために達成すべき到達目標	
【関心・意欲・態度】	マーケティング的考え方の重要性が説明できる。
【知識・理解】	マーケティング手法の基礎を、具体例をあげながら説明できる。
【技能・表現・コミュニケーション】	マーケティング計画の基本的な仕組みを説明できる。
【思考・判断・創造】	ケーススタディーを通して、仕事の場面におけるマーケティング行動をイメージできる。

○成績評価基準（合計100点）			合計欄	100点
到達目標の各観点と成績評価方法の関係および配点	**期末試験・中間確認等（テスト）**	**レポート・作品等（提出物）**	**発表・その他（無形成果）**	
【関心・意欲・態度】 ※「学修に取り組む姿勢・意欲」を含む。	**10点**	**10点**		
【知識・理解】 ※「専門能力〈知識の獲得〉」を含む。	**20点**	**10点**		
【技能・表現・ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ】 ※「専門能力〈知識の活用〉」「チームで働く力」「前に踏み出す力」を含む。	**10点**			
【思考・判断・創造】 ※「考え抜く力」を含む。	**30点**	**10点**		

（「人間力」について）

※以上の観点に、「こころの力」（自己の能力を最大限に発揮するとともに、「自分自身」「他者」「自然」「文化」等との望ましい関係を築き、人格の向上を目指す能力）と「職業能力」（職業観、読解力、論理的思考、表現能力など、産業界の一員となり地域・社会に貢献するために必要な能力）を加えた能力が「人間力」です。

○配点の明確でない成績評価方法における評価の実施方法と達成水準の目安

成績評価方法	評価の実施方法と達成水準の目安
レポート・作品等（提出物）	1回のミニテストと最後の総合テストの総合評価による。また、出席状況・受講態度も考慮する。
発表・その他（無形成果）	授業への参加　発言点を重視する