

2021年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	マーケティング論 (Marketing)		
ナンバリングコード	E20306	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 標準レベル マーケティング・流通
単位数	2	配当学年 / 開講期	2年 / 前期
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、こども・福祉コース コース選択必修: 情報メディア学科 情報コミュコース ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E005301	クラス名	-
担当教員名	梅本 光一		
履修上の注意、履修条件	考える力、決断する力、人に伝える力をしっかりと学んでください、出席はもちろんのこと積極的に授業に参加してください。発言を重要視します。発言して初めて参加したことになります。 考える力、決断する力、人に伝える力をしっかりと学んでください、出席はもちろんのこと積極的に授業に参加してください。発言を重要視します。発言して初めて参加したことになります。		
教科書	参考資料配布		
参考文献及び指定図書	①「現代広告論」岸志津江、田中洋、嶋村和恵(有斐閣アルマ) 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) ③「ブランド価値を高めるコンタクトポイント戦略」S.Mデビス、M.ダン「ダイヤモンド社」		
関連科目	広告論、eビジネス論Ⅰ、サービスマーケティング論、ブランド論		

○基本情報	
授業の目的	マーケティングに関する理論の基礎をマスターすること。環境変化に対応すべく開発されたマーケティングに関する新しい考えについても紹介し、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 「該当しない」 (3) アクティブ・ラーニング 「ディスカッション、ディベート」
地域志向科目	カテゴリーⅢ: 地域における課題解決に必要な知識を修得する科目
実務経験のある教員による授業科目	本授業に関する実務経験として、百貨店の営業推進部長(営業計画、販促、装飾、カード事業)、取締役営業副本部長に従事。ディベロッパー商業施設総支配人として施設の総責任者。

○成績評価の指標		○成績評価基準(合計100点)		
到達目標の観点	到達目標	テスト (期末試験・中間確)	提出物 (レポート・作品等)	無形成果 (発表・その他)
【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。	10点	10点	5点
【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。	10点	10点	5点
【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。	10点		5点
【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。	20点	10点	5点

○成績評価の補足(具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法)	
ミニテストとレポート及び最後の総合テストの総合評価による。また、授業への参加 発言点を重視する。フィードバックは次回以降の授業中に講評・解説を行う。	

○その他	

2021年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画	科目名 担当教員	マーケティング論 (Marketing) 梅本 光一	授業コード	E005301
学修内容				
1. マーケティングの基礎(1) ドラッカーが言う経営で大切なマーケティングとイノベーションとは何か、マネジメントの原則とは、ニーズとウォンツとは、マーケティングの誕生と歴史的背景について学ぶ。				
予習	ドラッカーについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	マネジメントの原則、ニーズとウォンツについてまとめる			約2時間
2. マーケティングの基礎(2) マーケティングの定義、マーケティングが前提にしていることについて学び、企業の実際のマーケティング活動の例(ココカラ社)を見て、理解を深める。STP戦略(セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング)について学ぶ。				
予習	マーケティングの定義について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	振り返り STP戦略についてまとめる			約2時間
3. マーケティングの基礎(3) マーケティングの基本コンセプト、①顧客志向、②競争優位、③効果管理について解説し、事例に即して理解を深める。マーケティング戦略の基本4P(プロダクト・プライス・プロモーション)の基本的意味及び組み合わせの手法等について学ぶ。				
予習	顧客志向、競争優位について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	顧客志向、競争優位、効果管理についてまとめる			約2時間
4. マーケティングの基礎(4) ベネフィットについて学ぶ(機能的ベネフィット、情緒的ベネフィット、自己表現ベネフィット)。ベネフィットに対する対応を実際の企業(花王、サントリー、)の活動をみて学ぶ。				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	ベネフィットについてまとめておく			約2時間
5. マーケティングの基礎(5) コアコンピタンスといかなるものか、経営で最も大切である顧客創造とは、マーケティングの流れを学ぶ。企業の事例(マクドナルド)を見ながらマーケティング戦略の流れを学ぶ。				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	顧客創造についてまとめる			約2時間
6. マーケティングの基礎(6) 環境の変化、顧客の変化に企業はいかに対応していけばいいのか、顧客志向とは何か、マーケティングのフレームワークを使い学ぶ。(3C分析、PEST分析、ファイブフォース分析、SWOT分析)				
予習	上記のマーケティングのフレームワークについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	上記のマーケティングのフレームワークについてまとめる			約2時間
7. マーケティングの基礎(7) マーケティング計画の競争相手、消費者などの外部環境のコミュニケーション体系の位置づけについて学び、実際の企業活動の中でどのように実践しているか確認する。競争地位別戦略、プロダクトライフサイクル、4C分析について理解を深める。				
予習	競争地位別戦略、プロダクトライフサイクルについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	競争戦略についてまとめる			約2時間
8. マーケティングの基礎(8) マーケティング計画の重要なポイントである、ターゲティングとポジショニングの意味合いについて学び、実際の企業活動の中でどのように実践しているか確認する。業界のリーダーになる戦略、リーダーを維持する戦略。ネーミングパワーとはを学ぶ。				
予習	ポジショニング戦略について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	ポジショニング戦略についてまとめる			約2時間

○授業計画	科目名 担当教員	マーケティング論 (Marketing) 梅本 光一	授業コード	E005301
学修内容				
9. マーケティングの基礎(9) マーケティング計画の重要なポイントである、マーケット・リサーチの意味合いについて学び、実際の企業活動の中でどのように実践しているか確認する。事実を知るために顧客の考えを聞く、反応を知るのポイントを学ぶ。さらに、マーケティングリサーチの活用場面について学ぶ。				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	顧客価値、顧客価値の創造についてまとめる			約2時間
10. マーケティングの基礎(10) マーケットマネジメントの意味合いについて学び客価値とは、顧客価値の創造とはを実際の企業活動の中でどのように実践しているか確認する。顧。アート引越センター、越後屋。				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	顧客価値、顧客価値の創造についてまとめる			約2時間
11. マーケティングの基礎(11) 市場志向の戦略の意味、ブランド戦略について学ぶ。コーポレートブランドのマーケティングモデル、商品ブランドのマーケティングモデルを実際の企業活動の中でどのように実践しているかを確認する。(サッポロビール)				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	ブランド戦略についてまとめる			約2時間
12. マーケティングの基礎(12) エンターテインメントのマーケティング、マーケティングマインドとは、マーケティングの役割、選択と収集について、実際の企業の活動の事例で学ぶ。USJ				
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	エンターテインメントのマーケティングについてまとめる			約2時間
13. マーケティングの基礎(13) コラーのマーケティングについて～1. マーケティングの定義、2. 顧客志向、3. 競争志向 4. 競争的マーケティングや事例について学ぶ。				
予習	コラーについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	マーケティングの定義、顧客志向、競争志向をまとめる			約2時間
14. マーケティングの基礎(14) 物語マーケティングについて～感動消費とは、物語マーケティングや具体的な展開例について実際の企業活動を例にして学ぶ。				
予習	物語マーケティングについて文献及びネットで情報収集			約2時間
復習	物語マーケティングについて文献及びネットで情報収集についてまとめる			約2時間
15. マーケティングのまとめ 各週の重要だと思われる部分の復習を行い、企業活動におけるマーケティングの重要性についてしっかり理解する。スタバ、任天堂などの事例を使い復習する。				
予習	14回までの内容の復習			約2時間
復習	マーケティングの重要性についてまとめる			約2時間
16. 期末試験 試験時間は60分				
予習	15回の振り返りを再度深く学ぶ			約2時間
復習	マーケティングの基本を修得する			約2時間