

1. 科目名（単位 数）	マーケティング論（2単位）	3. 科目番号	SBMP2133
2. 授業担当教員	麦島 哲		
4. 授業形態	講義・演習・ディスカッション形式の授業を行います	5. 開講学期	春期・秋期
6. 履修条件・ 他科目との関係	「経営戦略論」および「経営組織論」の履修が望ましい		
7. 講義概要	企業は自社の標的市場を確定し、市場需要の創造・開拓・拡大を図るために製品政策、価格政策、チャネル政策、プロモーション政策を展開していることを学ぶ。		
8. 学習目標	1. マーケティング戦略の体系を理解する 2. マーケティングリサーチの役割を理解する 3. 4 P（product, price, promotion, place）について理解する 4. 企業の社会的責任について理解する		
9. アサイメント （宿題）及びレポ ート課題	講義で取り上げた学習した問題または関連するテーマについて課題を示し、検討する		
10. 教科書・参考 書・教材	国際実務マーケティング協会編『マーケティング・ビジネス実務検定ベーシック版テキスト』第9版 税務経理協会		
11. 成績評価の規準 と評定の方法	○成績評価の規準 1. マーケティング戦略の体系について学び、説明できるようになる。 2. マーケティングリサーチと4 Pについて、説明できるようになる。 3. 企業の社会的責任について、自ら考えレポート等のまとめ発表できるようになる。 ○評定の方法 [授業への積極的参加度、日常の受講態度、期末試験・レポート等を総合して評価する。 1 授業への積極的参加 20％ 2 小レポート・中間レポート 30％ 3 期末試験・レポート 50％		
12. 受講生への メッセージ	1. 授業には積極的に参加すること。 2. 授業中の私語厳禁、携帯電話の使用厳禁		
13. オフィスアワー	講義時間の前後		
14. 授業展開及び授業内容			
講義日程	授業内容	学習課題	
第1回	ガイダンス マーケティングとは	事前学習	マーケティングとは
		事後学習	マーケティング概要
第2回	1. マーケティングの概要	事前学習	マーケティングの定義
		事後学習	マーケティング課題
第3回	2. マーケティング・コンセプト	事前学習	マーケティング・コンセプトとは
		事後学習	コンセプトの発展過程
第4回	3. 戦略的マーケティング	事前学習	戦略マーケティングの枠組み
		事後学習	各分析手法の整理
第5回	4. マーケティング・マネジメント	事前学習	マーケティング環境とは
		事後学習	マーケティング・ミックスとは
第6回	1～4 までのまとめ	事前学習	マーケティングとは
		事後学習	重要ポイントの整理
第7回	5. 市場細分化	事前学習	市場細分化の基準
		事後学習	市場細分化の条件
第8回	6. 標的市場の設定	事前学習	標的市場設定の方法
		事後学習	ポジショニングについて
第9回	7. マーケティング・リサーチ	事前学習	マーケティング・リサーチとは
		事後学習	マーケティング・リサーチのプロセス
第10回	8. 消費者行動	事前学習	購買意思決定プロセスとは
		事後学習	購買意思決定スタイルの整理
第11回	9. 製品戦略 4 P	事前学習	製品・サービスとは
		事後学習	製品戦略の整理
第12回	10. 価格戦略	事前学習	価格について
		事後学習	価格戦略の整理
第13回	11. 流通チャネル戦略	事前学習	流通について
		事後学習	流通戦略の整理
第14回	12. プロモーション戦略	事前学習	プロモーションとは
		事後学習	プロモーション戦略の整理
第15回	13. 新しいマーケティング／まとめ	事前学習	新しいマーケティングとは
		事後学習	新しいマーケティングの整理 マーケティング全体のまとめ 今後のマーケティングについて
期末試験			