

1. 科目名 ( 単位数 )	マーケティング論 ( 2 単位 )	3. 科目番号	
2. 授業担当教員	谷口 彰一		
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	秋期
6. 履修条件・他科目との関係	本科目履修後に、「経営戦略論」を引き続き履修することが望ましい。		
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. 4P ( 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. アサインメント ( 宿題 ) 及びレポート課題	授業内で周知する。		
10. 教科書・参考書・教材	【教科書】 使用しない。 【参考書】 野口智雄著『マーケティングの基本』日本経済新聞社、2017。 上原聡編著『サービス化社会のマーケティング構想』創成社、2016。		
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4P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	本学の基本方針として学生個人の思考力、創造力、問題解決能力を育成することを目的としている。受講生は、下記のことを守ること。 ① 授業には欠席、遅刻、早退はしないこと ( 欠席、遅刻、早退の場合は、その理由を書面にて提出のこと )。 ② 授業中理解できなかったことは、そのまま放っておかず質問すること。 ③ 授業中は私語、居眠りをしないこと。また、携帯電話のスイッチは切っておくこと。 ④ 授業中は緊張感と集中力を保ち、積極的な態度で授業に参加すること。 ⑤ 課題の提出期限を厳守すること。		
13. オフィスアワー	授業内 ( 初回授業 ) で周知する。		
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	事前配布資料① ( pp.1~18 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	マーケティングの定義について理解する。
第2回	マーケティングの考え方 ( 1 ) ( マーケティングコンセプト、顧客志向 )	事前学習	事前配布資料② ( pp.1~16 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	マーケティングコンセプトについてまとめる。
第3回	マーケティングの考え方 ( 2 ) ( ソーシャルマーケティング、マーケティングミックス、マーケティング計画 )	事前学習	事前配布資料③ ( pp.1~25 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	
第4回	市場のつかみ方 ( 1 ) ( マーケット・セグメンテーション、市場ポジショニング、ターゲット・マーケティング )	事前学習	事前配布資料④ ( pp.1~19 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	対象市場の明確化についてまとめる。
第5回	市場のつかみ方 ( 2 ) ( マーケティングリサーチ、実査の方法、エリアマーケティング、ビッグデータ )	事前学習	事前配布資料⑤ ( pp.1~17 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	ビッグデータの構造についてまとめること。
第6回	製品管理の方法 ( 1 ) ( 新製品開発プロセス、製品計画、計画的陳腐化 )	事前学習	事前配布資料⑥ ( pp.1~24 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	製品ポートフォリオの意味についてまとめること。
第7回	製品管理の方法 ( 2 ) ( 製品ポートフォリオ、ブランディング、サービス商品 )	事前学習	事前配布資料⑦ ( pp.1~23 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	ブランドの機能についてまとめること。
第8回	価格の設定方法 ( 心理的価格設定、市場浸透価格と上層吸引価格、再販売価格維持 )	事前学習	事前配布資料⑧ ( pp.1~18 ) を熟読し、まとめる。
		事後学習	市場浸透価格と上層吸引価格の違いについて

			まとめること。
第9回	価格設定方法と流通 (区別的価格設定、EDLP、レポート、チャンネル構築規 準と類型)	事前学習	事前配布資料⑨(pp.1~16)を熟読し、まと める。
		事後学習	ディスカウントについてまとめること。
第10回	チャンネルの構築方法(1) (チャンネルの構築規準、類型、SCM)	事前学習	事前配布資料⑩(pp.1~21)を熟読し、まと める。
		事後学習	供給システムの全体最適についてまとめるこ と。
第11回	チャンネルの構築方法(2) (C2C取引、POS・EOS、ダイレクトマーケティング)	事前学習	事前配布資料⑪(pp.1~18)を熟読し、まと める。
		事後学習	POSとEOSの違いについてまとめること。
第12回	コミュニケーションの実施方法(1) (CRM、プッシュ戦略とプル戦略、広告機能)	事前学習	事前配布資料⑫(pp.1~14)を熟読し、まと める。
		事後学習	プッシュ戦略とプル戦略の特徴と違いについ て整理し、まとめること。
第13回	コミュニケーションの実施方法(2) (商品広告と企業広告、POP広告、比較広告、パブリ シティ)	事前学習	事前配布資料⑬(pp.1~14)を熟読し、まと める。
		事後学習	近年の日本での比較広告の傾向についてまと めること。
第14回	コミュニケーションの実施方法(3) (販売計画、セールスポモーション、消費者の組織 化)	事前学習	事前配布資料⑭(pp.1~17)を熟読し、まと める。
		事後学習	販売計画のプロセスについてまとめること。
第15回	マーケティングの今日的戦略論	事前学習	事前配布資料①から⑭を用いて、現代のマー ケティング戦略についてまとめる。
		事後学習	ディスカッションで示されたマーケティング 戦略について理解し、整理すること。