

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	美藤 信也		
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	「経営戦略論」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. 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. アサイメント (宿題) 及びレポート課題	次の授業で学ぶ内容の予習と各授業で学んだ内容の復習をしっかりと行ってください。レポート課題は、授業内で告知及び説明します。		
10. 教科書・参考書・教材	教科書は、使用しません。 必要に応じ、プリント及び資料を配布します。参考書は、講義の際に紹介します。		
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	日本経済新聞を主とする新聞及びニュース等で取り扱われるマーケティングに関する記事をできる限り読み、現在のトピックスや現実の動きに注視してください。		
13. オフィスアワー	授業内で通知します。		
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 (①本講義の進め方・評価の仕方, ②マーケティング論で何を学ぶか。)	事前学習	授業用のノートやファイルを準備しておく
		事後学習	マーケティング論で学ぶ全体像を把握する
第2回	企業経営におけるマーケティングの役割とマーケティング戦略の体系	事前学習	企業経営とマーケティングの関係を調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第3回	マーケティング環境の分析と事業及び企業目標の設定	事前学習	マーケティング環境を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第4回	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を調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第5回	セグメンテーション, ターゲティング, ポジショニング	事前学習	セグメンテーション等を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第6回	製品政策① (製品の定義と新製品開発)	事前学習	製品の定義及び製品ミックスを調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第7回	製品政策② (製品ミックスとブランド戦略)	事前学習	製品ライフサイクルや新製品開発を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第8回	価格政策① (価格設定の基本)	事前学習	価格の基本設定を調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第9回	価格政策② (新製品の価格設定)	事前学習	新製品の価格設定を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第10回	流通チャネル政策① (流通チャネルの定義と階層)	事前学習	流通チャネルとは何かを調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第11回	流通チャネル政策② (流通チャネルの類型)	事前学習	流通チャネルの類型を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第12回	プロモーション政策① (広告戦略)	事前学習	プロモーション・ミックスを調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第13回	プロモーション政策② (販売促進と人的販売)	事前学習	各プロモーションの特徴を調べる
		事後学習	プリントを復習し、授業内容を整理する
第14回	マーケティングと社会	事前学習	CSRとは何かを調べる
		事後学習	プリントを読み返し、授業のまとめをする
第15回	全体のまとめ	事前学習	今までの授業の内容を確認する
		事後学習	プリントの総復習する

期末試験