

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	保原 伸弘		
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」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. 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	適宜課します		
10. 教科書・参考書・教材	【教科書】 宮澤・城田・江尻編『現代マーケティング—その基礎と展開』ナカニシヤ出版、2009年。 【参考書】 西田・城田編『マーケティング戦略』学文社、2011年。		
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	①授業には原則、欠席、遅刻、早退はしないこと。 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してください。 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いてください 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してください。 ⑤課題の提出期限を厳守してください。		
13. オフィスアワー	別途通知します		
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	マーケティング総説：マーケティングの概念、重要性、マーケティング・アプローチ、ソーシャルマーケティング	事前学習	Market、流通の用語について調べまとめる
		事後学習	マーケティングの概念・アプローチについて考える
第2回	マーケティング戦略の体系	事前学習	マーケティング・マネジメントの成立について調べる
		事後学習	マーケティング・ミックスの開発について調べる。
第3回	マーケティング技法と組織	事前学習	関係性マーケティングについてまとめる
		事後学習	価値創造型マーケティング組織について調べる
第4回	消費者行動	事前学習	価値創造型マーケティング組織について調べる
		事後学習	消費者のライフスタイルと価値観についてまとめる
第5回	マーケティングリサーチ	事前学習	アンケート調査について調べる
		事後学習	マーケティング調査の方法、標本調査について調べる
第6回	マーケティングリサーチ	事前学習	調査票の作成を行う
		事後学習	調査結果のまとめをする。
第7回	プロダクトプランニング	事前学習	製品の分類、新製品の開発についてまとめる
		事後学習	製品ライフサイクルについてまとめる
第8回	ブランディング	事前学習	ブランドの意味について調べてくる
		事後学習	ブランド価値についてまとめる
第9回	ブランディング	事前学習	プライシングの重要性についてまとめる
		事後学習	価格決定の方法について調べてくる

第10回	マーケティングチャンネル	事前学習	なぜ流通業者を利用するか考える
		事後学習	チャンネル構造と管理について調べる
第11回	プロモーション	事前学習	プロモーションの形態についてまとめる。
		事後学習	マーケティングコミュニケーションミックスについて調べる
第12回	プロモーション：平成のテレビ広告	事前学習	テレビ広告について考えをまとめる
		事後学習	広告媒体の比較についてまとめる
第13回	グローバルマーケティング	事前学習	グローバルマーケティングの意義をまとめる
		事後学習	グローバル市場の参入方法について調べる
第14回	コズリレーテッドマーケティング	事前学習	C S R（企業の社会的責任）の概念についてまとめる。
		事後学習	コズリレーテッドマーケティング（C R M）の経営的・社会的意義についてまとめる
第15回	コズリレーテッドマーケティング	事前学習	企業の事例研究を行う
		事後学習	企業と社会の関係についてまとめる
期末試験			