|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 授業科目名 | マーケティング入門introduction to Marketing | 教員名 | 桑原 重雄 |
| Eメールアドレス | skuwabara@sky.miyazaki-mic.ac.jp |
| 授業形態 | 講義 | オフィスアワー | 授業終了後随時（327研究室） |
| 科目番号 | IBM101 | 担当形態 | オムニバス |
| 単位数 | 2 | 配当年次 | 1年（前期） |
|  | 卒業要件 | 必修 |
| 一般目標 | 　経済のサービス化，グローバル化，ICTの進展や消費者ニーズの多様化等，市場環境は変化している。環境変化や取引対象の変化に伴って，マーケティングの概念や対象にも変遷がある。しかしながら，その本質は，消費者ニーズを満たす価値を提供する仕組みづくりに集約される。本講義では，顧客創造に焦点を当て，企業の現場で直面するマーケティング上の課題に対してどのように取り組めばよいのか，どのような解決策があるのかを学びます。 |
| 到達目標 | 社会人として欠かせないマーケティングの基本知識を身につける。自ら企業のマーケティング戦略を評価し，戦略立案ができるようになる。 |
| 授業の概要 | 授業では，マーケティングに用いる理論を取り上げ，具体的なケースを通じてマーケティングの基礎を修得する。修得したマーケティング知識を活用し自，ら事例を取り上げ具体的なケースについて考察を行う。 |
| ディプロマ・ポリシーとの関係 | ディプロマポリシーのうち，「1：クリティカル・シンキングをベースとした高度な思考能力を身につけている。」「2：各コースの教育を通じて基礎及び応用知識を身につけ，活用する能力を身につけている。」「3：課題発見及び問題解決能力を身につけている。」「4：情報技術活用能力を身につけている。」に関連 |
| 履修条件・注意事項 |  |
| 授業計画 | NO | 授業の内容 | 授業外の学習課題 |
| 1 | オリエンテーション授業内容，進め方，到達目標，成績評価方法の説明マーケティング発想 | 事前：マーケティングについてこれまでの経験・イメージなどをまとめておくこと。（90分） |
| 2 | 「マーケティング」の基本マーケティングとは | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 3 | 顧客戦略（1）ニーズとシーズ/ベネフィット/顧客満足/AIDMA  | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 4 | 顧客戦略（2）消費者購買行動/STP理論/ブランド戦略 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 5 | 市場戦略（1）PPM/アンゾフの4つの戦略/SWOT分析/ | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 6 | 市場戦略（2）3つの基本戦略/弱者の戦略/調査 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 7 | 製品戦略（1）製品分類/新製品開発 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 8 | 製品戦略（2）パッケージング/ラベリング/製品ライフサイクル | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 9 | 価格戦略（1）価格設定/価格管理 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 10 | 価格戦略（2）需要曲線/競合製品 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 11 | 流通戦略（チャネルマネジメント）流通チャネル | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 12 | コミュニケーション戦略①コミュニケーションチャネル/広告戦略/販売促進 | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 13 | コミュニケーション戦略②経験効果/PR/ダイレクトマーケティング | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 14 | デジタル・マーケティングeコマース/Webマーケティング | 事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。（90分） |
| 15 | 企業の社会的責任 | 事前：「CSR」についてWeb等で事前に調べておくこと。（90分） |
| 学生に対する評価 | 試験 | 小テスト | 課題 | レポート | 発表・実技 | 授業への参加・意欲 | 合計 |
|  |  | 40% | 50% |  | 10% | 100% |
| 時間外の学習について | 事前学習：90分　事後学習：90分・事前学習の共通事項：テキストの該当箇所を読んでおくこと。別途課題を指⽰することがある。・事後学習の共通事項：テキスト・配布資料を再読し実際の事例や関連情報を収集し理解を深める。 |
| テキスト | 大山秀一（2020）『これだけは知っておきたい「マーケティング」の基本と常識【改訂版】』フォレスト出版 |
| 参考書・参考資料等 | 弘兼憲史・前田信弘（2012）『知識ゼロからのマーケティング入門』幻冬舎恩蔵直人（2021）『マーケティング＜第2版＞』日経BP |