|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 授業科目名 | マーケティング入門  introduction to Marketing | | | | | 教員名 | | 桑原 重雄  （実務経験のある教員） | | | |
| 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 | | | |
| アクティブ・ラーニング | 4-(1) 対話型講義  4-(10)グループワーク | | | | | 卒業要件 | | 必修（IBMコース） | | | |
| 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 | | | | | | | 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  レポート作成については，下記参考書を査読して作成すること。  ・桑田てるみ（2021）『学生のレポート・論文作成トレーニング　改訂版』実況出版  ・井下千以子（2019）『思考を鍛えるレポート・論文作成法』慶應義塾大学出版会 | | | | | | | | | | |