

講義名	対2)マーケティング論			授業形態	
担当教員	東 利一	開講期・曜日・時限	前期 金曜日 3 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

この講義の内容・意義・目的は以下の通りです。
 この講義では、ケースと理論を組み合わせてながら、1回1回の講義をまとまりのあるストーリーとして、マーケティングを理解してもらえように進めます。授業が終わると毎回、授業内容の定着のために「リアクションペーパー」を書いてもらいます。(内容)
 講義は、マーケティングが1つに広範囲な企業や組織の活動に役立つのかを知ると同時に、マーケティングの発想が家は身近なものであることを経験しながら、マーケティングの知識を身につけてもらうことを目標とします。目標を達成することで、マーケティング学科のDPにある「マーケティング、ブランド戦略、小売業界、流通に関する問題探索、課題提案」の基礎知識を身につけることとなります。(意義)
 この講義は、他のマーケティング関連科目の基盤になるという意味でとても重要な基礎科目です。そのため、皆さんがマーケティングの知識を確実に増やすことに重点を置きます。(目的)

到達目標

次の3点を到達目標とします。
 (1) マーケティングの基本概念を身につける。
 (2) マーケティングの基本要素の関連を理解できる。
 (3) 現実の企業活動の中でどのようなマーケティングが行われているのかを理解できる。

提出課題

中間レポートと期末レポートを課します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

中間レポートに関しては、採点終了後に授業中に総評・解説を行います。
 期末レポートに関しては、Ryuka Portalにて総評・解説をアップロードします。

評価の基準

中間レポートと期末試験によって評価します。
 中間レポート : 40点
 期末レポート : 60点

履修にあたっての注意・助言他

「対面2」のマーケティング論は、『オンデマンド型授業』になります。
 オンデマンド型授業の場合、単位を落とされている学生の特徴は以下の3点が挙げられます。
 教科書を購入していない。
 動画教材を視聴していない。
 レポート作成をインターネットで調べただけで書き上げている。
 したがって、「対面2」のマーケティング論の単位を取るためには、必ず次の3点を守ってください。
 教科書を購入する。
 毎回、動画教材で学習する。教科書で学習し、動画を見て分からないものは自分で調べる。
 レポートは、教科書に基づいて作成する。
 ・マーケティングが分かることと企業の意図が見えるだけでなく、自分が当事者としてマーケティング手法をどう活用するかということまで考えることができるようになります。是非一緒にマーケティングを学んでいきましょう。
 ・「対面2」の授業はオンデマンド型授業になります。そのため、ビデオ授業を視聴したうえで、授業ノートを完成させながら、学習するという形になる予定です。
 授業形式の詳細は、第1回目の授業でのガイダンスで説明します。
 ・日ごとの企業マーケティング活動に関心をもって観察し、自分の頭で考えるように習慣づけるようにして下さい。特に、講義やテキストと異なる企業行動をみつけたら、是非教員に質問してください。
 ・授業資料をRyuka Portalから事前に入手して、教科書を学習して授業に臨んで下さい(プリントアウトの仕方に注意すること)。
 ・授業内容の質問は、大学メールを介して受け付けます。

教科書	.1からのマーケティング(第4版)	廣田章光・石井淳蔵編	碩学舎		
-----	-------------------	------------	-----	--	--

参考文献					

その他

石井淳蔵・廣田章光・坂田隆文編著(2016)『1からのマーケティング・デザイン』、碩学舎
 講義用資料はRyuka Portalからダウンロードしてください。
 その他の資料は、必要に応じて随時紹介します。

授業計画

1. ガイダンス&マーケティング発想の経営
2. マーケティング論の成り立ち
3. マーケティングの基本概念
4. 製品のマネジメント
5. 価格のマネジメント
6. 広告のマネジメント
7. チャンネルのマネジメント
8. サプライチェーンのマネジメント
9. 営業のマネジメント
10. 顧客関係のマネジメント
11. ビジネスモデルのマネジメント
12. 顧客理解のマネジメント
13. ブランド構築のマネジメント
14. ブランド組織のマネジメント
15. 社会責任のマネジメント

授業形態（アクティブ・ラーニング）

ア：PBL（課題解決型学習）	イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

【予習】 事前に教科書を読んで、理解できたところと理解できなかったところを明確にしてください。・・・2時間
 【復習】 授業中に強調されたところを中心に、レジュメと教科書を読み直してください。
 授業内容がよく理解できなかった点について、自分なりに調べてください。
 (それでも分からないことは、メールで質問してください。)・・・+ : 2時間

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

企業のマーケティング活動の諸事例を理解し、そこにおける諸概念を学習することで、到達目標の(1)~(3)を達成する、そのことにより、マーケティング学科のDPに貢献する。具体的には以下の通りである。
 経営学科のDPにある経営の動向や問題点を理解するための基礎知識を身につけるという点に特に貢献し、企業マネジメントに関する問題探索、課題提案の基礎を形成する点でも、DP達成に貢献する。
 マーケティング学科のDPにある「マーケティング動向を理解するための基礎知識を身につける」という点に特に貢献し、マーケティングに関する問題探索、課題提案の基礎を形成する点でも、DP達成に貢献する。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

備考

シラバスに変更がある場合は、1回目の授業時にお知らせします。