

ナンバリング	科目名		サブタイトル	担当教員	配当年学期	単位数
112BE07	マーケティング論		現代マーケティングの課題と解決策の探り方	井戸 大輔	1 年次前期	2
科目区分	専門	キーワード	セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、マーケティング・ミックス、顧客関係性			
ディプロマポリシーとの対応		1. 時代や社会の要請に対応できる能力				
カリキュラムポリシーとの対応		1. 一般教養および専門的（交通・観光関係）な知識と実践力とを総合的に身につける				
事前に受講するとよい科目		特になし				
オフィスアワー		授業終了後、次の授業に支障がない範囲で教室内にて対応します。				
教員への連絡方法		ido4516@toko.hosho.ac.jp				
講義の目的	マーケティングの基礎理論及び専門用語を使用し、企業や組織のマーケティング諸活動を認識し、説明できるようにすること、第二に、マーケティングの基本的発想法を単なる知識ではなく、感覚として体得することができるようにすること、第三に、卒業後の実際のビジネス・シーンで役立つように、その理論を十分に理解し、基礎知力及び応用力を体得できるようにすることを目的とする。					
到達目標	マーケティングの基礎理論及び用語を使用して、企業や組織の基本的なマーケティング諸活動を認識し、説明できるようにする。マーケティングの基本的発想法を単なる知識ではなく、感覚として体得することができるようにする。卒業後の実際のビジネス・シーンで役立つように、その理論を十分に理解し、基礎知力及び応用力を体得できるようにする。					
講義内容	マーケティングは企業や組織が市場や環境の変化に適応しつつ、製品やサービスを開発し、広告、販売することが主な内容だが、個人や非営利組織にも適用される。ICT化・AI化で、新たな方向へ歩み始めたマーケティングを効果的かつ効率的に進めつつ、問題発見と解決のために、マーケティング論の基礎概念や理論を明らかにすることに重点をおく。マーケティング論の予備知識は必要ありません。					
講義スケジュール		タイトル	内容			
	第1講	概要説明 マーケティングの考え方①	成績評価等説明、優れたマーケティングの特徴、顧客志向と市場志向			
	第2講	マーケティングの考え方②	顧客志向の本質、マーケティング・マイオピア、マーケティングを学ぶ意味			
	第3講	マーケティングのエッセンス	交換、顧客価値、マーケティング・マネジメント・プロセスとその整合性			
	第4講	マーケティングのための戦略的視点	マーケティングと戦略、顧客満足、リレーションシップ、ブランド			
	第5講	マーケティング環境の捉え方	マーケティング環境、SWOT、外部環境と内部環境分析、3C分析、環境分析の重要性			
	第6講	マーケティング・リサーチ①	マーケティング・リサーチの手順とその注意点			
	第7講	マーケティング・リサーチ②	進化するマーケティング・リサーチ、デザイン思考			
	第8講	消費者の理解①	消費者の知覚を理解する、感覚マーケティング、消費者関与			
	第9講	消費者の理解②	ほどよい異質性、移ろう消費者行動を捉える、感情の役割			
	第10講	セグメンテーションとターゲティング①	セグメンテーションとその変数、セグメント記述変数			
	第11講	セグメンテーションとターゲティング②	セグメンテーションの要件、ターゲティングとそのパターン			
	第12講	ポジショニング	ポジショニングの捉え方、2つのポジショニング、その達成の仕方と重要点、リポジショニング			
	第13講	マーケティング・ミックス①	マーケティング・ミックス、製品のマネジメント、価格のマネジメント			
	第14講	マーケティング・ミックス②	コミュニケーションのマネジメント、流通チャネルのマネジメント、マーケティング・ミックスの統合			
第15講	マーケティングと社会	サステナブルな消費行動、マーケティングとモラル、講義内容のまとめ				
指導方法	テキストと資料を元に講義形式を採用する。資料配布は当日の授業前に行う。板書した内容はノートに取り、配布物は管理すること。『日経新聞』『日経 MJ』『日経ビジネス』等からマーケティング関連のトピックスも紹介する。質問等は講義終了後に受付ける。					
事前学習	授業前の事前学習として、各回のテキスト該当ページを一読し、未習の用語等について明らかにし、課題をもって授業に臨むことが必要である。1時間30分程度の学習時間が目安である。					
事後学習	授業後の事後学習として、授業時に学習した以外の事例について参考文献を調べ、自分で考察をまとめることにより、授業で学んだ知識が定着し、理解を深めることができる。1時間30分程度の学習時間が目安である。					
成績評価方法	本試験（筆記試験）60%、平常点（発表・発言）20%、平常点（レポート）20%を総合的に判断して、成績評価とする。					
課題（試験・レポート）に対するフィードバックの方法	レポート課題は第1講で伝達し、第13講を締め切りとし、講評のうえで第14講で返却する。本試験は採点のうえ、Classroomにて各自に返却する。					
テキスト	久保田進彦・澁谷覚・須永務『はじめてのマーケティング』（新版）有斐閣、2022年。その他、資料として、プリントを配布する。					
参考文献	和田充夫・恩藏直人・三浦俊彦『マーケティング論』（第6版）有斐閣、2022年					
実務家教員による授業		教員	経歴			
特記事項						