

科目名		サブタイトル		担当教員	配置学年	単位数
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				
講義の目的	マーケティングの基礎理論及び用語を使用し、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・シーンとして役立つように、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であるが、個人や非営利組織にも適る。ICT(Information and Communication Technology)化の流れの中で、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、問題の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ことにする。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	マーケティング発想の経営	売れる仕組みづくり、マーケティング近視眼、価値と性能			
	第2講	マーケティング論の成立	その誕生、その内容、進化するマーケティング			
	第3講	マーケティングの基礎知識	セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング			
	第4講	戦略的マーケティング	戦略とは、マーケティングにおける戦略の進化			
	第5講	製品のマネジメント	製品マネジメント			
	第6講	価格のマネジメント	価格マネジメント、多様な価格戦略			
	第7講	広告のマネジメント	プロモーション種類とメディアの種類			
	第8講	チャネルのマネジメント	生産者のチャネル選択、チャネル管理			
	第9講	サービスのマネジメント	サービスの種類、サービスの適切な管理			
	第10講	サプライチェーン	サプライチェーン・マネジメント、在庫のマネジメント			
	第11講	営業のマネジメント	営業の概念、営業活動			
	第12講	顧客理解のマネジメント	顧客の種類、顧客関係の構築とそのジレンマ			
	第13講	顧客理解のマネジメント	顧客を理解すること			
	第14講	ブランド構築	ブランド構築のコミュニケーションとその論理			
	第15講	企業の社会的責任	マーケティングにおける社会的責任、まとめと総復習			
指導方法	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初回はシラバスをよく読んでおくこと。第1講以降は次回分の資料も配布するので一読し、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必要である。					
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。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。					
テキスト	相原修『ベーシック マーケティング入門』日本経済新聞出版社、2016年。テキストに合わせて、レジメを配布することもある。					
参考書籍	池尾恭一『入門・マーケティング戦略』有斐閣、2016年。 和田充夫・恩臓直人・三浦俊彦『マーケティング戦略』〔第5版〕有斐閣、2016年。					
特記事項	なし。					