

科目名	担当教員名	授業形態	単位数	資格	大学 DP	学科 DP
マーケティング論 I	中畑 裕之	講義	4		1	1, 2, 5
授業概要 授業目的	テキストをベースにマーケティングの基本的な考え方や手法を学ぶとともに、それを基に個人やグループで調査や製品の企画案を考えたり、価格設定やPR・販売方法を考えたりしてもらいます。マーケティングの基本的知識を身に付けるとともに、日常生活の中でもマーケティングを意識できるようになることを目指します。					
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客志向、市場志向など、マーケティングの基本的な考え方を理解する。</li> <li>マーケティングリサーチ、マーケティング戦略などの基本的知識を身に付ける。</li> <li>日常目にするモノやサービスから企業や製品の戦略を読取ったり、それに関心を持つことができる。</li> </ul>					
回	学習内容	回	学習内容			
1	オリエンテーション、マーケティングとは	16	価格設定 1：新製品の価格設定、心理的価格設定、区別的価格設定			
2	基本概念：ニーズとウオント、マーケティングコンセプト、顧客志向	17	価格設定 2：希望価格・オープン価格、価格の維持、割引、リベート			
3	社会変化とマーケティング 1：マネジリアル・マーケティング、コンシューマリズム	18	日常目にする商品の価格を考える：授業内ワーク			
4	社会変化とマーケティング 2：ソーシャルマーケティング、リスクマネジメント	19	販売チャネル：チャネル政策、チャネルの構築、流通システム			
5	マーケティング計画：マーケティング計画、マーケティング・ミックス、予算制約	20	流通の理解 1：流通業の機能、流通業の業態と特徴			
6	マーケット環境の把握：影響要因、組織、セグメンテーション、ポジショニング、ターゲット	21	流通の理解 2：情報システム、ロジスティクス			
7	マーケティングリサーチ 1：マーケティングリサーチ、実査の方法	22	販売チャネルの選択を考える：授業内ワーク			
8	マーケティングリサーチ 2：対象とマーケティングリサーチ（エリア、グローバル、ニッチ）	23	マーケティングコミュニケーション（プロモーション）：手段、戦略			
9	マーケティングリサーチ 3：ビッグデータ、インターネット、SNS	24	コミュニケーション：コミュニケーションの目的、CRM、広告			
10	調査の企画案を考える：授業内ワーク	25	販売活動：販売計画、セールス・プロモーション人的販売、消費者の組織化			
11	製品：製品の考え方、新製品開発のプロセス、製品計画とマーチャンダイジング	26	最適なマーケティングコミュニケーションを考える：授業内ワーク			
12	製品管理 1：製品区別化、製品ライフサイクル、製品ポートフォリオ、製品ラインと製品ミックス	27	地域のマーケティングについて考える			
13	製品管理 2：ブランド、ブランディング、パッケージ、サービス	28	ブランドについて：事例研究			
14	製品の企画案を考える：授業内ワーク	29	企業経営の中でのマーケティング、マーケティング担当者（マーケター）の役割			
15	価格戦略：価格の設定方法、考え方	30	講義全体の振り返り			
予習内容 復習内容	予習：テキストを事前に読む。 復習：その日の授業を振り返るとともに課題に取り組む。					
教科書	野口智雄「マーケティングの基本」第4版（日経文庫ビジュアル）					
成績評価	定期試験 50%、出席 50%（課題提出等含む）					
実務経験	株式会社百五総合研究所にて、ビジネスマッチングや販路開拓支援などに従事。					
その他 特記事項	その日（2コマ分）の講義内容を基にした課題（レポート）を課しますので、提出忘れずに。					