

| 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Ⅱ | 武田 秀一 | 講義 | 2 | | 1 | 1, 2, 5 |
| 授業概要 授業目的 | <p>マーケティング論Ⅱでは、マーケティング論Ⅰで学んだマーケティングの基本原則であるマーケティング・マネジメント・プロセスを踏まえて、サービス・マーケティングや生産財マーケティング、デジタル・マーケティングといった現代的なトピックについても触れます。授業では、企業のマーケティングに関する実際の取り組みを事例として取り上げつつ、リアリティを感じながらマーケティングの理論を学習します。また、発表の機会を通じてプレゼンテーション・スキルの向上を図るとともに、ディスカッションによって多面的な角度から問題を掘り下げる能力を身につけます。</p> | | | | | |
| 到達目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの理論を実務に応用し、マーケティング戦略を検討できるようになる。 ・ディスカッションの場において、実践的かつ批判的な視点から討議できるようになる。 | | | | | |
| 回 | 学習内容 | | | | | |
| 1 | ガイダンス、マーケティングとは | | | | | |
| 2 | ビジネスプランにおけるマーケティングの役割りの理解 | | | | | |
| 3 | マーケティングの基本的理解：差別化と強みについて | | | | | |
| 4 | マーケティングの基本的理解：ターゲティングの重要性 | | | | | |
| 5 | マーケティングの基本的理解：ブランディング戦略 | | | | | |
| 6 | ソーシャルメディア時代の情報流通 -クチコミマーケティング | | | | | |
| 7 | Web プロモーションの基礎 | | | | | |
| 8 | Web プロモーションの実践：身近なお店のプロモーション戦略を立案する | | | | | |
| 9 | BtoC 店舗での営業管理の事例研究 | | | | | |
| 10 | 運動具メーカーH社の顧客管理の事例研究 | | | | | |
| 11 | 食品卸業T社の販売計画の事例研究 | | | | | |
| 12 | 東京ディズニーリゾートの価値創造の事例研究 | | | | | |
| 13 | 実践：身近な商品のマーケティング戦略の立案 | | | | | |
| 14 | 実践：身近な商品のマーケティング戦略案のプレゼンテーション | | | | | |
| 15 | マーケティング論総括とレポート作成 | | | | | |
| 予習内容 復習内容 | <p>予習：次回の授業テーマについて事前に配布された資料を通読しておく。</p> <p>復習：授業内容についてノートにまとめる、日常生活から企業のマーケティング手法を探す。</p> | | | | | |
| 教科書 | なし | | | | | |
| 成績評価 | 最終日の総括レポート 70% 毎回提出するミニッツレポート 30% (授業内提出) | | | | | |
| 実務経験 | | | | | | |
| その他 特記事項 | | | | | | |