

科 目 名		学年		
マーケティング論 : Marketing Strategy		5B		
教 員 名 中岡 伊織 : NAKAOKA Iori				
単位	授業時間	科目区分	授業形態	学修単位
1	100分×15回	必修	講義・後期	○
授業概要	企業は顧客のニーズを充足させるべく市場調査を行い、製品(商品)計画を立案する。そして、市場とのコミュニケーションを通じて需要を顕在化させることにより、価値ある製品(商品)を顧客に提供していく。そこで本講義では、一連のマーケティング活動に関する理論を理解していく			
到達目標		評価方法		
(1)マーケティングに関する基本理論を理解することができる。 (2)身近な事例を理論を用いて説明することができる。 (3)企業の経営活動全般においてマーケティング理論を応用することができる。		①中間、期末試験(80%)、②自学自習によるレポート(20%)によって評価する。		
学習・教育目標		(C)	JABEE基準1(1)	(d)-(1)
授 業 計 画	回	項 目	内 容	
	第1	マーケティング戦略(1)	マーケティングミックス1	
	第2	マーケティング戦略(2)	マーケティングミックス2	
	第3	マーケティング戦略(3)	ターゲット市場の選定	
	第4	マーケティング戦略(4)	製品ライフサイクル	
	第5	マーケティング戦略(5)	市場地位別のマーケティング1	
	第6	マーケティング戦略(6)	市場地位別のマーケティング2	
	第7	市場分析(1)	市場データ分析	
	第8	中間まとめ	中間のまとめを行い試験を実施する	
	第9	市場分析(2)	消費者行動分析	
	第10	市場分析(3)	競争行動分析1	
	第11	市場分析(4)	競争行動分析2	
	第12	戦略的マーケティング(1)	PPM分析	
	第13	戦略的マーケティング(2)	キャッシュフローマネジメント	
	第14	事業・ドメイン	事業・ドメインの定義の方法	
第15	まとめ	全体の学習事項のまとめと授業評価アンケート調査を行う。		
自学自習の内容		レポートを課す		
関連科目		基礎経営学、経営管理論Ⅰ・Ⅱ		
教科書		沼上『わかりやすいマーケティング戦略[新版]』有斐閣、2008年		
参考書		講義にて適宜指示する。		
授業評価・理解度		最終回に授業評価アンケートを行う		
副担当教員				
備考				