

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)②	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・ミックス(1)	4P'sの解説①	
	第2	マーケティング・ミックス(2)	4P'sの解説②	
	第3	ターゲット市場の選定	セグメントとセグメンテーション	
	第4	製品ライフサイクル	各段階の製品ライフサイクルとその戦略	
	第5	市場地位(1)	企業のカテゴリ	
	第6	市場地位(2)	リーダー、チャレンジャーのマーケティング	
	第7	市場地位(3)	フォロワー、ニッチャーのマーケティング	
	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	業界構造(1)	競争要因の解説①	
	第10	業界構造(2)	競争要因の解説②	
	第11	業界構造(3)	競争要因の解説③	
	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				