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(2)	(d)ー(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)	企業の分類
	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	