

科目名		マーケティング論 (Marketing Strategy)							
学年	学科(コース)	単位数		必修/選択	授業形態	開講時期	総時間数		
第5学年	経営情報学科	学修	1単位	必修	講義	後期 100分/週	45時間		
担当教員		【常勤】 中岡 伊織							
学習到達目標									
科目の到達目標レベル	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								
学習・教育目標	C②	JABEE基準1(2)		(d)-(1)					
関連科目、教科書および補助教材									
関連科目	基礎経営学、経営管理論Ⅰ・Ⅱ								
教科書	「わかりやすいマーケティング戦略[新版]」 沼上 幹著 (有斐閣) 2008年								
補助教材等	プリント(講義資料および演習課題)								
達成度評価 (%)									
評価方法	中間試験	期末・学年末試験	小テスト	レポート	口頭発表	成果品	ポートフォリオ	その他	合計
指標と評価割合									
総合評価割合	40	40		20					100
知識の基本的な理解 【知識の基本的な理解】	◎	◎		◎					
思考・推論・創造への適用力 【適用、分析レベル】	○	○							
汎用的技能 【論理的思考力】				◎					
態度・志向性(人間力) 【自己管理能力】				○					
総合的な学習経験と創造的思考力 【エンジニアリングデザイン能力】				○					
学習上の留意点および学習上の助言									
<p>企業における商品販売計画に関連する事項を学びます。 よって学習するにあたって、社会にあふれる商品が、どのように考えられ生み出されたのか、どのような手順により我々の目に届いているのか、どのような考えにもとづき価格設定されているのかなどを考えるようにしてください。</p>									

授業の明細			
回	授業内容	到達目標	自学自習の内容 (予習・復習)
1	ガイダンス マーケティングミックス1	・シラバスから学習の意義、授業の進め方、評価方法を理解できる。 ・4Pの枠組みについて理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
2	マーケティングミックス2	・4Pを構成する「製品」「流通」「販売促進」「価格」における概要および戦略について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
3	ターゲット市場の選定	・セグメンテーションの基準について理解できる ・オリジナルな軸や軸を組み合わせることの重要性について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
4	製品ライフサイクル1	・PLCや消費者購買行動モデルについて理解できる ・導入期における戦略について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
5	製品ライフサイクル2	・成長期、成熟期、衰退期における戦略について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
6	市場地位1	・市場地位の分類方法が理解できる。 ・リーダーが取るべき戦略について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
7	市場地位2	・チャレンジャーが取るべき戦略について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
8	中間試験		
9	試験返却・解答解説 市場地位3	・試験問題の解説を通じて誤りを修正できる。 ・フォロワーおよびニッチャーが取るべき戦略について理解できる。	予習:教科書 復習:講義資料
10	業界の構造分析1	・既存企業間の対抗度について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
11	業界の構造分析2	・新規参入の脅威について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
12	業界の構造分析3	・買い手・売り手の交渉力について理解できる ・代替品の脅威について理解できる	予習:教科書 復習:講義資料
13	戦略的マーケティング	・PPM分析について理解できる。 ・PPM分析による最適なキャッシュ・フローマネジメントについて理解できる。	予習:教科書 復習:講義資料
14	事業・ドメイン	・事業およびドメインの定義方法について理解できる。	予習:教科書 復習:講義資料
	期末試験		
15	答案返却・解答解説 全体の学習事項のまとめ 授業改善アンケートの実施	・試験問題の解説を通じて間違った箇所を理解できる。	
総学習時間数			45時間
講義			25時間
自学自習			20時間