

科目名		マーケティング特論(Advances in Marketing)							
学 年	専 攻	単 位 数	必修 / 選択	授業形態	開講時期	総時間数			
第2学年	経営情報工学専攻	2 単位	選択	講義	前期	90 時間			
担 当 教 員		【常勤】 助教 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、さらに実践編として、パネルデータを採用するためのフォームを作成し、被験者実験とその統計的解析から分析を行う。								
到達目標 (評価項目)	優れた到達レベルの 目安	良好な到達レベルの 目安	最低限の到達レベルの 目安	未到達レベルの 目安					
到達目標 ①	STP4Pについて、実際の業界に当てはめて理解・分析できる	STP4Pについて、詳細に説明できる	STP4Pの基礎的要件について説明できる。	STP4Pの基礎的要件について説明できない					
到達目標 ②	実際の業界に当てはめて競争環境の分析ができる	競争環境の分析方法について、詳細に説明できる。	競争環境の分析方法に関する基礎的要件について説明できる。	競争環境の分析方法に関する基礎的要件について説明できない。					
到達目標 ③	パネルデータを採用するためのフォームを作成し、実際に分析・考察できる。	パネルデータを採用するためのフォームを作成できる。	パネルデータを採用するための方法について理解できる。	パネルデータを採用するための方法について理解できない。					
学習・教育到達目標		C②		JABEE基準1(2)		(d)-(1)			
達 成 度 評 価 (%)									
評価方法 指標と評価割合	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
総合評価割合		30		30	40				100
知識の基本的な理解 【知識・記憶、理解レベル】		◎		◎	◎				100
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) 【主体性】				○					
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】				○					

関 連 科 目 , 教 科 書 お よ び 補 助 教 材	
関連科目	マーケティング論, 経営戦略論, Webコンピューティング
教科書	なし
補助教材等	適宜書類を配布する.
学 習 上 の 留 意 点	
本科において, マーケティング論およびWebコンピューティングの単位を取得していることを, 受講の条件とする. ポジショニング分析においてはWebコンピューティングで用いた資料を持参のこと.	
担 当 教 員 か ら の メ ッ セ ー ジ	
本科5年で行ったマーケティング論の発展的科目になっています. 本科の内容の復習をした上で受講して下さい.	

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	・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。	
2	事業領域と事業機会の選択	・事業領域の定義について理解できる。 ・事業戦略のポートフォリオについて理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
3	市場データ分析とターゲット市場の選択	・データの種類と分析法について理解できる。 ・市場細分化の方法について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
4	消費者行動分析	・消費者行動分析のための様々なモデルについて理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
5	競争分析と流通分析	・業界の競争構造の分析方法について理解できる。 ・日本型流通システムとその構造変化について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
6	市場への対応	・4Pにおける製品戦略について理解できる。 ・4Pにおける価格設定戦略について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
7		・4Pにおける流通チャネル戦略について理解できる。 ・4Pにおける販売促進戦略について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
8	サービス・マーケティング	・サービスの分類について理解できる。 ・サービスの特性について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
9	関係性マーケティング	・企業と外的環境との関係性について理解できる。	配布資料にもとづき予習・復習
10	ポジショニング分析	・パネルデータを採取するためのフォームを作成できる。 ・得られたデータを適切な方法で分析できる ・得られた結果をプレゼンテーション形式でわかりやすく説明できる	予習：フォーム作成方法 復習：フォームの作成
11			予習：フォーム作成方法 復習：フォームの作成
12			予習：フォーム作成方法 復習：フォームの作成
13			予習：分析方法 復習：分析結果の考察
14			予習：プレゼンテーションの作成 復習：マーケティング活動全体について
	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			90 時間
講 義			30 時間
自学自習			60 時間