科目コード	記号	科　目　名	学年	単位・時間	必修・選択	授業形態	単位種別
2471	BS23	マーケティング論 ： Marketing	5B	2・100分	必修	講義・通年	学修単位
教 員 名		木村 弘 ： KIMURA Hiroshi					

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．ここでは，こうした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と同時に，企業のマーケティング活動がわれわれの生活に及ぼしている諸問題についても考えていきたい．

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定期試験80%(前期40%、後期40%) ②レポート内容20%　とする.

学習・教育目標	(C)②	JABEE基準1(1)	(d)ー(1)

授業計画 前期

回	項目	内容
第1	ガイダンス	マーケティング論の概要
第2	マーケティング・ミックス(1)	4P's の解説①
第3	マーケティング・ミックス(2)	4P's の解説②
第4	マーケティング・ミックス(3)	4P's の解説③
第5	マーケティング・ミックス(4)	4P's のフィット
第6	ターゲット市場(1)	セグメンテーションの概要
第7	ターゲット市場(2)	セグメンテーションの絞込み
第8	ターゲット市場(3)	ターゲット市場と4P's
第9	ターゲット市場(4)	ヒットの要因
第10	製品ライフサイクル(1)	ライフサイクルの概要
第11	製品ライフサイクル(2)	各段階の説明
第12	製品ライフサイクル(3)	各段階の説明
第13	ケース	具体的なケースを討議
第14	ケース	具体的なケースを討議
第15	まとめ	これまでのまとめを行う

授業計画 後期

回	項目	内容
第16	市場地位別のマーケティング(1)	企業の分類
第17	市場地位別のマーケティング(2)	リーダー、チャレンジャーのマーケティング
第18	市場地位別のマーケティング(3)	フォロワー、ニッチャーのマーケティング
第19	ドライ戦争	キリンvs.アサヒの攻防
第20	ケース	具体的なケースを討議
第21	業界構造(1)	競争要因の解説①
第22	業界構造(2)	競争要因の解説②
第23	業界構造(3)	競争要因の解説③
第24	戦略的マーケティング(1)	PPM分析
第25	戦略的マーケティング(2)	キャッシュフロー、その他
第26	事業ドメイン(1)	事業ドメインの設定
第27	事業ドメイン(2)	マーケティング戦略の実行
第28	ケース	具体的なケースを討議
第29	ケース	具体的なケースを討議
第30	まとめ	これまでのまとめを行う

関連科目	経営学概論、経営戦略論
教 科 書	沼上 幹『わかりやすい マーケティング戦略』有斐閣、2000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	学生の積極的な授業への参加を期待する.