

科目名	マーケティング2			ナンバリング	SOC443	授業形態	講義
対象学年	2 年	開講時期	後期後半	科目分類	選択	単位数	2 単位
代表教員	金世煥	担当教員					

授業の概要	企業環境と消費者ニーズの変化によって変わっていくマーケティング戦略の現状を、具体的な事例を挙げながら解説する。本講義では、実践マーケティングとして、企業戦略からツールとして戦術や手法まで幅広く学習することを目的とする。						
到達目標	1.マーケティング戦略の現状を、具体的な事例を通じて理解することができる。 2.企業戦略からツールとしての戦術(手法)まで幅広く学習することができる。 3.企業やNPO組織などを対象としたマーケティング企画書の書き方や実行方法に関する実践マーケティング方法を理解することができる。						
学習のアドバイス (勉強方法、履修に必要な予備知識など)	各授業のテーマに関わる関連資料やキーワードなどをインターネットや新聞などの媒体を活用し事前に調べておいて、各授業の内容を正確に理解するようにする。また、グループディスカッションや質問などを通じて、各授業に積極的に参加し、学習成果を高めるようにする。						
ディプロマポリシーとの関連	【教養学部 地域教養学科のディプロマポリシー】						
	○	1. 専攻分野それぞれの基礎的な知識を確実に身につけ、それらを活用して基本的な問題を解決することができる。					
	○	2. 専攻分野それぞれの基本的スキルを、地域社会に貢献するために活用することができる。					
	○	3. 自分の意見や考えを説明し、他者と協調して積極的にコミュニケーションをとることができる。					
		4. 広い視野と論理的・批判的思考力を身につけ、困難な課題や予測不能な事態に直面しても適切に対処することができる。					
		5. 社会の一員としての自覚を持ち、社会生活の場において、地域を支える社会人・職業人としてふさわし関心・意欲・態度を示すことができる。					

標準的な到達レベル(合格ライン)の目安	理想的な到達レベルの目安
①実践的に行われているマーケティング戦略の概念のいくつかが説明できる。 ②マーケティング戦略の概念を事例を挙げながら説明できる。	①企業やNPO組織などを事例としたマーケティング戦略の立案ができる。 ②実践的に応用できるマーケティング企画が提案できる。

成績評価観点 評価方法	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	評価割合
定期試験(中間・期末試験)							
小テスト・授業内レポート	○	○					75%
宿題・授業外レポート							
授業態度・授業への参加			○	○			10%
プレゼンテーション	○	○			○		15%

課題、評価のフィードバック	講義の最後に、講義内容に関する振り返り小テストを実施し(manab@を使用)、次授業の冒頭で解説する。
---------------	---

	回次	テーマ	授業内容	備考
授業計画	第1回	マーケティング・ミックス戦略の振り返り	「マーケティング・ミックス(4P)」について振り返りを行い、再確認する。	
	第2回	地元企業のマーケティング・ミックス戦略	地元企業のなかで、その企業の問題点と改善点、そして優位点などをマーケティング・ミックスの観点から解説する。	
	第3回	生産財と産業財マーケティング	消費財は顧客の満足が最大の鍵である反面、生産財と産業財は顧客企業の成功が目標であることについて解説する。	
	第4回	生産財と産業財マーケティングの事例研究	生産財と産業財マーケティングの全体像について解説する。	
	第5回	消費財マーケティング	個人や家庭で使用される様々な消費財におけるマーケティング事例について解説する。	
	第6回	消費財マーケティングの事例研究	様々な消費財のなかから消費財マーケティング事例について概説する。	
	第7回	サービス・マーケティング	サービス・マーケティングの概念と特徴、そして運営方法について解説する。	
	第8回	サービス・マーケティングの事例研究	サービス・マーケティングの現状や事例について解説する。	
	第9回	市場細分化と顧客満足戦略	顧客に関する固有の特徴や行動パターン、そして顧客ニーズの分析方法などについて概説する。	
	第10回	顧客満足戦略の事例研究	様々な企業の顧客満足戦略の事例について解説する。	
	第11回	ブランド戦略	ブランドの歴史と変遷過程、そしてブランドの分類について解説する。	
	第12回	広告戦略とデザイン戦略	広告とデザイン戦略の特徴や分類について解説する。	
	第13回	全体のまとめ	「マーケティング2」で学修した内容を改めて整理し、体系的に解説する。	
	第14回	プレゼンテーション1	マーケティング業界におけるひとつの企業を取り上げ、これまで学修した知識を活用して分析をし、その結果を発表する。	
	第15回	プレゼンテーション2	マーケティング業界におけるひとつの企業を取り上げ、これまで学修した知識を活用して分析をし、その結果を発表する。	
	試験	試験は実施しない。		
授業の進め方		参加型授業を目標に、講義中に質疑応答をしながら進めていく。		
授業外学習の指示		講義の内容を復習する。不明な点がある場合は教員に質問すること。 （授業外学習時間： 毎週 90 分）		

教科書	教科書は使用しない。随時、資料を配付する。
参考書	「日本経済新聞」、「日経MJ(流通新聞)」など。
参考URLなど	特になし
その他	「マーケティング1」も併せて履修することを前提として講義を行う。 知識定着のため、他の経営学(消費と流通など)関連科目もあわせて履修することが望ましい。 講義後半に実施する小テストはmanab@のレポート機能を使用する。