

開講年度	2024		開講学期	秋学期		
科目コード	L00190		授業コード	15062		
科目名	マーケティング基礎（単独受講可能科目）			開講曜日・時限	水曜2限	
単位数	2.0		授業形態	講義		
担当教員名【代表】	福井 就（Shu Fukui）					
担当教員名						
ユニット名	【2023年度入学生】ビジネスキャリアコース					
先修条件						
C-PLAT	C	o	P	o	L	o
A			T			
授業のねらい	この授業ではマーケティングの基礎と共に、マーケティングを学ぶ意義について、実際の企業の事例を交えて学ぶ。就職した後も汎用できるマーケティングの知識を身につけることを目標とする。					
授業時間外学習	授業内で学んだ知識を使い、自ら文献等調べて、全体発表の課題を作成する。提出された課題について、授業時間内にフィードバックを行う。					
授業計画						
回	主 題	内容・授業方法・予習および時間・復習および時間・得られる成果など				
1	マーケティングとは	マーケティングを学ぶ意義、マーケティング誕生の経緯等について学ぶ。(L) 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」序章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
2	競争環境について	他の企業と競争をしていく中で、他社と比べて自社の強みや弱みはどうかについて学ぶ。(L) 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」1章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
3	市場環境について	顧客が購入に至るまで、製品（サービス）についてどのように考え、なぜその製品（サービス）を選んだのか、その仕組みについて学ぶ。(L) 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」2章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
4	流通環境について	小売業や卸売業といった、中間業者がどのような役割を果たしているのかについて考える。さらには、今日のネットの普及が流通環境にどのような影響を及ぼしたか、併せて検討する。(L) 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」3章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
5	市場の評価と選択及び細分化する市場に対する対応	企業が市場に参入する際の基本的な考え方について学ぶ。また、市場細分化の考え方について、さらにはその対応策について学ぶ。(L) 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」4,5章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
6	ケーススタディ①	過去の授業で学んだ知識を使い、実際のケースを読み解く。(L) 中間小テストの実施。 予習(2時間)：テキスト「入門・マーケティング戦略」序章から7章を精読する。 復習(2時間)：その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。				
7	製品の価値提供及び新製品開発戦略	製品が提供する価値によって、期待できる競争優位性について考える。また、新製品の開発・導入時に役立つマーケティングの知識・考え方について学ぶ。				

		(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」6,7章を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
8	製品ライフサイクルと製品政策	製品が市場に導入されてから、最終的に無くなるまでの過程について学ぶ。さらには、実際の製品政策を展開する際に検討すべき要素についてブランド政策を中心に学ぶ。(L) 全体発表の内容を公表。 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」8,9章を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
9	プロモーション政策	いかに良い商品を開発・販売しても、消費者にその存在を知ってもらい、購入してもらわなければ意味を成さない。商品の情報を伝えるためのプロモーション活動のあり方について検討する。(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」11章を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
10	ケーススタディ②	過去の授業で学んだ知識を使い、実際のケースを読み解く。(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」の過去の学修範囲を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
11	流通チャネル政策	商品を販売する上で、各企業が検討すべき流通チャネルの選択や管理について考える。(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」12章を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
12	ケーススタディ③	過去の授業で学んだ知識を使い、実際のケースを読み解く。(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」の過去の学修範囲を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
13	ケーススタディ④	過去の授業で学んだ知識を使い、実際のケースを読み解く。(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」の過去の学修範囲を精読する。 復習(2時間): その日の学習ノート(ppt資料)を見て授業内容を確認し、質問事項をまとめる。	
14	全体発表①	全体発表及びフィードバック。(C)(P)(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」を精読したうえで、まとめ課題の事前準備を行う。 復習(2時間): その日のまとめ課題のフィードバックを受けただうえで、質問事項をまとめる。	
15	全体発表②	全体発表及びフィードバック。(C)(P)(L) 予習(2時間): テキスト「入門・マーケティング戦略」を精読したうえで、まとめ課題の事前準備を行う。 復習(2時間): その日のまとめ課題のフィードバックを受けただうえで、質問事項をまとめる。	
DP / ナンバリング		ラDP1 / L3B203	
授業の到達目標・学習成果		就職した後に汎用できるマーケティングの知識を取得する。 実践的な基礎ビジネス知識・能力を修得し、社会で活躍する力をつけることができる。	
成績評価の対象となる項目・配分			
項 目		配 分	%
期末試験		40	%
中間小テスト		12	%
全体発表		20	%
提出物		28	%
			%
			%

		計 1
		00 %
上記以外の対象となる事項		
教科書	池尾恭一(2016)『入門・マーケティング戦略』有斐閣 (教科書について購入は任意であるが、購入することが望ましい。)	
参考書	全体発表を作成の際、別途参考書を購入の場合あり。	
授業に関する質問等の方法	初回授業で担当教員に確認をしてください。	
備 考	初回の授業にて評価方法等、授業計画の説明を行うので、必ず出席をすること。	