

開講年度	2026		開講学期	秋学期		
科目コード	L00190		授業コード	15061		
科目名	マーケティング（単独受講可能科目）			開講曜日・時限	木曜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	ラ：【2025年度入学生】ビジネスキャリアコース 医：【2024年度入学生】専門科目Ⅲ					
先修条件						
C-PLAT	C	○	P	○	L	○
A			T			
授業のねらい	この授業では、マーケティングの基礎知識を学ぶとともに、マーケティングを学ぶ意義について、実際の企業事例を交えながら理解を深める。あわせて、就職後にも活用できる汎用性の高い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活用し、自ら文献等を調査したうえで、全体発表用の課題を作成する。提出された課題については、別途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』の序章を精読する。 復習（2時間）：配布した学習ノート（PPT資料）を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。				
2	競争環境について	他の企業との競争の中で、自社の強みや弱みが他社と比べてどのような位置づけにあるのかを理解し、競争環境を踏まえたマーケティング戦略の重要性について学ぶ。(L)  予習（2時間）：テキスト『入門・マーケティング戦略』第1章を精読する。 復習（2時間）：配布した学習ノート（PPT資料）を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。				
3	市場環境について	顧客が購入に至るまでの過程において、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）を選択したのか、その意思決定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』第2章を精読する。 復習（2時間）：配布した学習ノート（PPT資料）を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。				
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、流通においてどのような役割を果たしているのかについて考える。あわせて、近年のインターネットの普及が流通環境にどのような影響を及ぼしているのかについて検討する。(L)  予習（2時間）：テキスト『入門・マーケティング戦略』第3章を精読する。 復習（2時間）：配布した学習ノート（PPT資料）を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。				
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およびそれに対する対応策について理解する。(L)  予習（2時間）：テキスト『入門・マーケティング戦略』第4章および第5章を精読する。 復習（2時間）：配布した学習ノート（PPT資料）を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。				
6	ケーススタディ①	過去の授業で学んだ知識を活用し、実際のケースを読み解く。 中間小テストを実施する。(L)				

		<p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』序章から第5章を精読する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
7	製品の価値提供及び新製品開発戦略	<p>製品が提供する価値を通じて得られ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や考え方について学ぶ。(L)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』第6章および第7章を精読する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
8	製品ライフサイクルと製品政策	<p>製品が市場に導入されてから市場から撤退するまでの過程について学ぶ。あわせて、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理解する。(L)</p> <p>全体発表の内容を公表する。</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』第8章および第9章を精読する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
9	プロモーション政策	<p>いかに優れた商品を開発・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がない。商品の情報を効果的に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)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』第11章を精読する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
10	ケーススタディ②	<p>過去の授業で学んだ知識を活用し、実際のケースを読み解く。(L)</p> <p>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復習する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
11	流通チャンネル政策	<p>商品を販売する上で、各企業が検討すべき流通チャンネルの選択や管理について考える。(L)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』第12章を精読する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
12	ケーススタディ③	<p>過去の授業で学んだ知識を活用し、実際のケースを読み解く。(L)</p> <p>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復習する。</p> <p>復習 (2時間): 配布した学習ノート (PPT資料) を用いて授業内容を確認し、疑問点や質問事項を整理する。</p>
13	全体発表①	<p>全体発表およびフィードバックを行う。(C) (P) (L)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』を精読し、まとめ課題の事前準備を行う。</p> <p>復習 (2時間): まとめ課題のフィードバックを受けただうえで、疑問点や質問事項を整理する。</p>
14	全体発表②	<p>全体発表およびフィードバックを行う。(C) (P) (L)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』を精読し、まとめ課題の事前準備を行う。</p> <p>復習 (2時間): まとめ課題のフィードバックを受けただうえで、疑問点や質問事項を整理する。</p>
15	全体発表③	<p>全体発表およびフィードバックを行う。(C) (P) (L)</p> <p>予習 (2時間): テキスト『入門・マーケティング戦略』を精読し、まとめ課題</p>

		の事前準備を行う。 復習（2時間）：まとめ課題のフィードバックを受け、疑問点や質問事項を整理する。
DP / ナンバリング	ラDP1/L3B203 医DP3/M2U204	
授業の到達目標・学修成果	就職後にも活用できるマーケティングの知識を修得する。 実践的な基礎ビジネス知識・能力を身につけ、社会で活躍するための基礎的な力を養う。	
成績評価の対象となる項目・配分		
	項 目	配 分    %
	期末試験（筆記）	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	
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。	