

授業科目	マーケティング入門					単位	2		
履 修	選択	関連資格				ナンバリング	TO11506J		
開講年次	2 年	開講時期	前期	該当DP	DP1-3 DP2-1				
担当教員	高橋 幸夫								
授業概要	マーケティングとは商品やサービスの「売れる仕組みを創る」ことである。受講者がマーケティングの基本的な概念を理解し、実際の企業活動の中でマーケティング活動が担っている「役割―売れる仕組み創り」について具体的事例を用いながら、枠組みが把握できる授業内容とする。								
学生が達成すべき行動目標	1. 企業活動におけるマーケティングの役割を理解することができる。 2. マーケティングの基本概念を理解することができる。 3. 実用性の高い知識と応用力を身につけることができる。								
達成度評価									
評価と評価割合／ 評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート 外の提出物	その他	合計	備考	
総合評価割合	60	0	30	0	0	10	100		
知識・理解 (DP1-1)									
知識・理解 (DP1-2)									
知識・理解 (DP1-3)	60					10	70		
知識・理解 (DP1-4)									
思考・判断 (DP2-1)			30				30		
思考・判断 (DP2-2)									
関心・意欲 (DP3-1)									
関心・意欲 (DP3-2)									
態度 (DP4-1)									
態度 (DP4-2)									
態度 (DP4-3)									
技能・表現 (DP5-1)									
技能・表現 (DP5-2)									
技能・表現 (DP5-3)									
具体的な達成の目安									
理想的レベル				標準的なレベル					
マーケティングの基本知識を理解し、実用性と応用力を身につけている。				マーケティングの基本知識を身につけている。					
授業計画									
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)		予習・復習時間(分)	
1	テーマ:ガイダンス 授業概要を解説する。			講義		授業概要の把握		60	

2	テーマ:企業成長と事業ドメイン 企業活動の中でのマーケティングの役割について解説する。	講義	該当部分の復習	60
3	テーマ:企業環境とマーケティング 日々変化する企業環境をいかにとらえて 自社のマーケティング活動に生かすかを解説する。	講義	該当部分の復習	60
4	テーマ:マーケティングと消費者行動 消費者はどのように考え、行動するかをマーケティングの側面から解説する。	講義	該当部分の復習	60
5	テーマ:マーケティングリサーチ マーケティング活動の基礎となるリサーチについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
6	テーマ:マーケティングミックス・4P とは ①製品 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
7	テーマ:マーケティングミックス・4P とは ②価格 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
8	テーマ:マーケティングミックス・4P とは ③流通 マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
9	テーマ:マーケティングミックス・4P とは ④プロモーション（外部講師） マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
10	テーマ:マーケティングミックス・4P とは ⑤ブランド マーケティングの基本的考えであるマーケティングミックスについて解説する	講義	該当部分の復習	60
11	テーマ:マーケティング組織と資源 マーケティングを遂行する組織と企業のリソースについて解説する。	講義	該当部分の復習	60
12	テーマ:関係性マーケティング 関係性マーケティングについて理論・事例を解説する。	講義	該当部分の復習	60
13	テーマ:ビジネスマーケティング 企業と企業(BtoB)の関係でのマーケティングとは何か、消費者に対するマーケティングとの違いを解説する。	講義	該当部分の復習	60
14	テーマ:サービスマーケティング 物の交換(製品など)を伴わないサービスのマーケティングを解説する。	講義	該当部分の復習	60
15	復習・試験	講義・試験	授業の総復習	60
16				
17				
18				
19				

20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	新聞などの経済経営記事に慣れ親しむ。			
テキスト	指定しない: プリント配布			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	「コトラー、アームストロング、恩蔵のマーケティング原理」丸善出版			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	マーケティングは、メーカー、流通、観光、旅行、運輸、サービス等の企業から非営利組織（公官庁）まで幅広い分野、組織で適応可能な学問です。将来、どの職種についたとしても「マーケティングの知識」は必ず役に立ちます。			
達成度評価に関するコメント	第1回授業で指示する。			