

授業科目	*マーケティング入門				単位	2				
履修	必修	関連資格				ナンバリング	TO11201J			
開講年次	2年	開講時期	前期	該当DP	DP1-1 DP1-3 DP2-1 DP3-1					
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	40	0	0	0	100			
知識・理解 (DP1-1)	30						30			
知識・理解 (DP1-2)										
知識・理解 (DP1-3)	30						30			
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)			10				10			
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。			