

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	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企業・団体が取り扱う商品やサービスの「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としての「売れる仕組み創り」について、デジタルや SNS を活用した最新動向などの具体的事例を活用し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	70	30	0	0	0	0	100	
知識・理解 (DP1-1)	40	20					60	
知識・理解 (DP1-2)								
知識・理解 (DP1-3)	10	10					20	
知識・理解 (DP1-4)								
思考・判断 (DP2-1)	10						10	
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		30

2	テーマ:企業活動とマーケティング 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:マーケティングプロセス① 企業はどのようなプロセスでマーケティング活動を行っているのかを事例を用いて解説する。	講義	該当部分の復習	60
4	テーマ:マーケティングプロセス②STPを学ぶ マーケティングプロセスの重要な概念であるSTP(セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング)を事例をもとに解説する。	講義	該当部分の復習	60
5	テーマ:授業(2~4回)の振り返りと小テスト	講義・小テスト	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 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:ブランド マーケティングにおける重要な概念であるブランドの基礎について事例をもとに解説する	講義	該当部分の復習	60
11	テーマ:デジタルマーケティング デジタルを活用したマーケティングを事例とともに理解する。	講義	該当部分の復習	60
12	テーマ:サービス・関係性マーケティング 物の交換を伴わないサービスおよび関係性マーケティングについての理論・事例を解説する。	講義	該当部分の復習	60
13	テーマ:最新マーケティング動向 SNSマーケティング、インフルエンサーマーケティングなど最新のマーケティング動向を理解する。	講義	該当部分の復習	60
14	テーマ:授業まとめ1	講義	全体の復習	60
15	テーマ:全体の復習2 試験	講義 試験	全体の復習	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	1年次科目「経営学入門」の復習と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あり、将来、どの職種についたとしても「マーケティングの知識」は必ず役に立つという認識で授業に臨むこと。			
達成度評価に関するコメント/課題に対するフィードバックの方法	第1回授業で指示するが、授業中の発言等によって評価する。課題に対するフィードバックは、講義の際に口頭、もしくは授業コメントシートに記入して返却するなどして実施する。			

