授業科目	＊マーケティング入門					実務家教員担当科目	－
単位	2	履修	必修	開講年次	2	開講時期	前期
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。						
授業形態	講義			授業方法			

学生が達成すべき行動目標	
標準的レベル	以下のマーケティングにおける基本知識を身につけている。 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。
理想的レベル	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。

評価方法・評価割合		
評価方法	評価割合（数値）	備考
試験	70%	
小テスト	30%	
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		

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング											
DP1	○	DP2	○	DP3	○	DP4	－	DP5	－	ナンバリング	T011201J

学習課題（予習・復習）	1 回の学習目安（時間）
授業で配布された資料をもとに復習し、興味・関心や疑問点を抽出しながら授業概要の把握をする。	4

授業計画	
第 1 回	テーマ：ガイダンス 授業概要を解説する。
第 2 回	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。
第 3 回	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。
第 4 回	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。
第 5 回	テーマ：授業（2～4 回）の振り返りと小テスト
第 6 回	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。
第 7 回	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。
第 8 回	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。
第 9 回	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。
第 10 回	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
第 11 回	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。
第 12 回	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。
第 13 回	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。
第 14 回	テーマ：授業まとめ 1
第 15 回	テーマ：全体の復習２ 試験
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・	「コトラーのマーケティング入門」2022, 丸善出版

雑誌等の紹介	
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、コメントシート内容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。
学生へのメッセージ・コメント	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。 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。