

**授業概要**

マーケティングは単なる商品開発や市場調査、営業ではない。学生にとっては聞き慣れない言葉かもしれないが、ビジネスではマーケティングは欠かせないものである。皆さんはいつの間にかマーケティング戦略の影響を受けているのである。最近では、企業だけでなく、行政や病院、学校でもマーケティングの考え方が必要とされている。本授業では、マーケティングの基本的考え方とマーケティング・ミックスについての基本を身につけるため、身近にある製品やサービスがどのようにマーケティングと関連しているのかを講義する。

**授業計画**

第1回	オリエンテーション（授業の進め方）
第2回	マーケティング概念とその変遷
第3回	マーケティング戦略と管理
第4回	市場機会の発見①（環境分析）
第5回	市場機会の発見②（STP）
第6回	消費者行動
第7回	製品戦略①
第8回	製品戦略②
第9回	価格戦略
第10回	プロモーション戦略
第11回	チャネル戦略
第12回	サービス・マーケティング
第13回	リレーションシップ・マーケティング
第14回	顧客満足と従業員満足
第15回	まとめ（総括）
第16回	筆記試験

**到達目標**

マーケティングについての基本的な考え方とマーケティング・ミックスについて理解し、自分の言葉で表現できること。

**履修上の注意**

講義中の私語、携帯電話や音楽機器等の利用、食事は禁止する。公共交通機関の遅れ以外の遅刻については原則認めない。守れない者には厳しく対処する。

**予習復習**

予習は特に必要ないが、各講義の際に前回講義の復習を行うので、前回講義資料に必ず目を通した上で出席すること。また、マーケティングは実学であるから普段の学生生活の中でマーケティングがどう活用されているか、考えること。

**評価方法**

出席状況、定期試験、授業態度により総合的に判断し評価する。

**テキスト**

- ・教科書名：『1からのマーケティング 第3版』
- ・著者名：石井淳蔵・廣田章光編著
- ・出版社名：碩学舎