

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。

マーケティングに関する知識を身につけることは人生を豊かにすることでもある。講義を受け、それを実感して欲しい。

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	マーケティング発想の経営
第3回	マーケティング論のなりたち
第4回	マーケティングの基本概念
第5回	戦略的マーケティング
第6回	製品のマネジメント
第7回	価格のマネジメント
第8回	広告のマネジメント
第9回	チャネルのマネジメント
第10回	サプライチェーンのマネジメント
第11回	営業のマネジメント
第12回	顧客関係のマネジメント
第13回	顧客理解のマネジメント
第14回	ブランド構築のマネジメント
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。

講義資料は、各自インターネットからダウンロードし、それを印刷して利用すること。ダウンロードの仕方は講義内で説明する。受講希望の学生は必ず1回目の授業（オリエンテーション）に参加すること。

予習復習

各講義の際には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

定期試験（50%）、授業態度等（50%）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』（税込 2,592円）
- 著者名：石井淳蔵・廣田章光編著
- 出版社名：碩学舎