

授業概要

この講義は、現代ビジネスを理解するための基礎としてマーケティングを学びます。

マーケティングの世界は、新しいアイデアや新奇な用語で満ち溢れていますが、この講義では、マーケティングの最も基本的な考え方や発想法を、基本的な用語の理解を通じてじっくりと学び、そのエッセンスを理解出来るようにします。同時に、百貨店の婦人服売り場や、同社に POS システムを導入する委員会に携わったなどの実務経験を踏まえて、マーケティングの基本的な考え方が実務にどのように生かされるのかについて考察します。

マーケティングや経営の勉強は、教科書を暗記すればそれで済むというものではなく、将来、どのように状況が変化しても、自分の力で問題を発見し、解決策を新たに考え出すことのできる力を養うことが大切です。まず手始めに、マーケティング論では、なぜ「販売」などの日本語を用いずに、「マーケティング」というカタカナ語を用いるのか、その理由を考えることから始めてみましょう。

授業計画

第 1 回	1-1	マーケティング — 4Pモデル、戦略、STP
第 2 回	1-2	マーケティング — 管理の概念、マーケティングの理念
第 3 回	2-1	市場と消費者 — 消費者行動、ニーズと欲求
第 4 回	2-2	市場と消費者 — マーケティング調査の考え方
第 5 回	3-1	製品戦略 — 製品の概念、プロダクト・ライフサイクル
第 6 回	3-2	製品戦略 — 製品差別化、計画的陳腐化、新製品開発
第 7 回	3-3	製品戦略 — サービス製品、非営利組織の製品
第 8 回		中間まとめ（実戦としてのマーケティング）と中間試験
第 9 回	4-1	価格戦略 — 価格設定（コスト志向、競争志向、市場志向）
第 10 回	4-2	価格戦略 — 価格維持（再販売価格維持、メーカー希望小売価格）
第 11 回	5-1	チャネル戦略 — チャネルの概念、商業の必要性
第 12 回	5-2	チャネル戦略 — チャネルのタイプ（排他型、選択型、開放型）
第 13 回	5-3	チャネル戦略 — 物的流通、グローバル・ロジスティクス（サプライチェーン）
第 14 回	6-1	プロモーション戦略 — コミュニケーションの概念、口コミとSNS
第 15 回	6-2	プロモーション戦略 — 広告、パブリシティ、人的販売、販売促進
第 16 回		期末試験

到達目標

- (1) マーケティングの基本的な発想法を理解すること。
- (2) マーケティングの専門用語を理解し、自分の言葉の一部として使えるようにすることで、実務に生かすことのできる知識を身につけること。
- (3) 実務的な現場の中で自ら問題を発見し、解決できるようにすること。

履修上の注意

30分以内の遅刻は認めますが、遅刻3回で欠席1回分にカウントされます。

予習・復習

- ・予習：教科書における基礎概念の解説をよく読むこと。
- ・復習：教科書の「マクロ的イシュー」の部分を読み、「議論してみましょう」の回答を考える。

評価方法

受講態度と中間レポート、期末試験で評価します。具体的なウエイトは、(1) 受講態度 20%、(2) 豆テストおよび中間テスト 30%、(3) 期末試験 50%です。

テキスト

- ・教科書名：はじめて学ぶマーケティング基礎篇 — 現代のマーケティング戦略
- ・著者名：薄井和夫
- ・出版社名：大月書店
- ・出版年：2003年