

授業概要

本授業は講義の授業形態で行い、基本的なマーケティングの知識やマーケティング・マインド、スキル、理論を学習します。また、学んだ知識や理論を活用し、身の回りのビジネスについて説明できるように、実践的な理解を目指します。そして、マーケティングに関する基本的な理論をおさえつつ、「各業種がどのようなマーケティング戦略を展開しているか」について、様々な事例を提示しながら、その特徴や課題を考察していきます。

授業計画

第 1 回	ガイダンス・マーケティングとは何か
第 2 回	顧客価値と顧客エンゲージメントの創造
第 3 回	企業とマーケティング戦略
第 4 回	マーケティング環境の分析
第 5 回	マーケティング情報の管理
第 6 回	消費者と企業の購買行動の理解
第 7 回	ターゲット顧客の価値創造
第 8 回	製品、サービス、ブランド
第 9 回	製品ライフサイクルのマネジメント
第 10 回	価格設定：顧客価値の理解、及びその獲得
第 11 回	顧客価値の提供
第 12 回	小売りと卸売
第 13 回	顧客エンゲージメントと顧客価値の伝達
第 14 回	人的販売とデジタルマーケティング
第 15 回	グローバル市場と持続可能なマーケティング
第 16 回	学期末試験（筆記試験）

到達目標

本授業は、以下の2点を到達目標としています。

- ① マーケティングにおける基本的な用語の意味、理論を理解することができる。
- ② 身の回りのビジネスについて、基本的な用語や知識、理論を用いて説明できる。

履修上の注意

- ・本授業は、マーケティングの基礎基本を中心に学んでいきます。理解を深めるために、授業内でグループワーク等することがあります。また、必要に応じてPC等のデバイスを使用することがある。
- ・単位の認定には、授業の総出席が試験を除き、2/3以上を必要とする。開始20分以降の入室は欠席扱いとする。遅刻、早退は3回をもって欠席1回分に換算する。

予習・復習

予習：授業計画に記載してあるテーマを基に事前学習をすること。わからなかった部分を把握しておいてください。

復習：事前学習に加え、授業で配布した資料を参考に重要な箇所を必ず理解できるよう振り返り学習を行ってください。

評価方法

- ・学期末試験 60%、毎時間授業要約レポート 30%、受講態度 10%で総合的に評価をする。

テキスト

授業ごとに資料を配布するためテキストの購入はない。参考文献は必要に応じて授業内で提示する。スポーツマーケティングについて詳しく勉強したい場合は、参考図書を教えます。