

2008 年度

科目名 マーケティング論	対象学科・学年 人間社3回生	担当者 中山 貞敏
授業テーマ 市場と製品をつなぐ鍵は何か？		
授業の概要と目標 授業目標： マーケティングの視点でビジネストピックを見ることができるようになる 授業概要： マーケティング理論について簡単に概観した後、主として事例を見ながら理論を理解していきます。ゲーム機業界、ビール業界、化粧品業界、アパレル業界など皆さんも知っている身近な話題を提供します。それらの事例の中から自ら考えることによって、マーケティングの基礎知識や思考方法を身につけてほしいと思います。		
評価方法 原則として討論での発言 30%とレポート 70%により評価します。(詳細な評価基準は、初回の授業でお知らせするので必ず出席すること)		
テキスト 初回の授業で指定します。	著者	出版社
参考書 ビジネスケースブック 1～3 ケースで学ぶマーケティング ブランドの条件	著者 一橋ビジネスレビュー 井原久光 山田登世子	出版社 東洋経済新報 ミネルバ書房 岩波新書
授業スケジュール・内容 マーケティングとは、長期的・マクロ的な観点から市場を観察し、製品開発や市場開発に結びつけていこうとするものです。時代とともに考え方が変遷していますが、カスタマー優先の考え方が主流です。営業が顧客との日々の交渉の最前線だとすれば、マーケティング部門は、より長期的かつ全社的視点で市場を観察研究し、製品開発を考えていく部門です。 授業では、一方的な講義形式にならないよう、具体的な事例に基づく討論を重視した形態をとっていきたいと考えています。受講生の積極的な発言を期待します。 受講生には、事前にケースリーディング(事例に関する読み物)を渡しますから、事前に熟読しておいてください。 しんどいけれど面白い授業を目指しますから、受講生はそれなりの覚悟をお願いします。 1 回 講義ガイダンス (内容説明・評価基準の詳細・授業ルールなど) 2 回 マーケティングの 4P(Price・Product・Place・Promotion) 3 回 価格戦略 4 回 事例紹介と研究(ゲーム機業界) 5 回 事例に基づく議論 6 回 製品戦略 7 回 事例紹介と研究(化粧品業界) 8 回 事例に基づく議論 9 回 ブランド価値 10 回 流通戦略 11 回 事例紹介と研究(アパレル業界) 12 回 事例に基づく議論 13 回 販促・広告活動 14 回 事例紹介と研究(ビール業界) 15 回 事例に基づく議論 「社会調査実務士」の必修科目。「上級ビジネス実務士」「上級情報処理士」の選択科目。		