

2011年度

科目名	マーケティング論				
担当教員	山内 章裕				
配当	人社2		コード	13047	
開期	前期	講時	月曜日3限	単位数	2
授業テーマ	実践科学としてのマーケティングの基礎概念を理解し、実践への適用方法を学びます。				
目的と概要	マーケティングにインパクトを与えるダイナミックな環境要因への理解や、これに対応するトータル・システムとしてのマーケティング、およびマーケティング・ミックス(商品、価格、提供の在り方、人的資源、ロジスティックス、広告など)の具体的展開を中心として、実践科学としてのマーケティングという認識から、多くの事例に触れながら理解を深めていきます。				
成績評価法	出席状況、学習意欲・授業態度(30%)を重視するとともに、ケースレポート(30%)ならびにテスト(40%)により総合的に評価します。その他(3分の2以上の出席を有効評価の基礎条件とする。)				
テキスト	グロービス経営大学院著『改訂3版 グロービスMBAマーケティング』ダイヤモンド社				
参考書					
履修に当たっての注意・助言/準備学習	新聞記事は日頃より注意して、よく読んでおいて下さい。				
講義計画					
1 マーケティングの本質と性格 2 マーケティングへのアプローチの変遷 3 マーケティングとダイナミックな環境要因 4 マーケティングの意義 5 戦略的プランニングの重要性と諸ステップ 6 マーケティング・プロセス(理論とケース分析) 7 市場の発見(理論とケース分析) 8 顧客と製品に関する戦略Ⅰ(理論とケース分析) 9 顧客と製品に関する戦略Ⅱ(理論とケース分析) 10 顧客と製品に関する戦略Ⅲ(理論とケース分析) 11 価格戦略(理論とケース分析) 12 コミュニケーション戦略(理論とケース分析) 13 流通戦略(理論とケース分析) 14 競争戦略(理論とケース分析) 15 まとめ					