

科目番号	教室	登録人数	履修登録方法
学共112	[火2]文講215	200	抽選対象
開講年度	期間	曜日時限	開講学部等
2025	後学期	火2	国際地域創造学部国際地域創造学科
講義コード	科目名[英文名]	単位数	
g00011002	マーケティング入門	2	
担当教員[ローマ字表記]			
王 怡人 [OH Ijin]			

授業の形態

講義

アクティブラーニング

授業内容と方法

この講義の主題は、企業のマーケティング活動に関連する諸概念の紹介です。

企業は利益を上げるために消費者の需要を満足させなければなりません。この目的を達成するために、対市場活動としてどのように工夫し展開していくのか、それを考えるのがマーケティング担当者の主な仕事です。

その内容を大きく分ければ、「製品」、「価格」、「販売ルート」、「販売促進」といった4つの部分があります。この講義では、この4つのテーマに沿って、事例を取り上げながら、わかりやすく解説します。

この科目は、他のマーケティング関連科目の基盤となるのでしっかりした土台作りが重要です。そのため、講義内容はマーケティングに関連基礎知識の習得に重点を置きます。

■講義方法：本講義は対面方式のみで行います。教室の収容人数に限界があるため、追加登録は行わない。

URGCC学習教育目標

専門性

達成目標

この講義を受けて、次の3つの目標を目指します。

- (1)具体的な事例を通じて企業のマーケティング活動に関連する基本知識を身につける。[専門性]
- (2)マーケティング要素の組み合わせとそれに関連する経営の概念について理解できる。[専門性]
- (3)企業のマーケティング活動の狙いと意義が理解できる。[専門性]

評価基準と評価方法

1. 教科書の内容と講義ノートを予習してください。講義の後WebClassにて内容に関するクイズを受けて下さい。全15回のクイズの合計点をマックス35点の学習成果点に換算する。
2. 期末試験：講義内容からマーケティングに関連する知識から出題し、教室にて実施する。試験はWebClassの画面で解答の選択肢から選ぶ形で行う。65問＊1点＝65点の配点とする。

履修条件

経営プログラム所属もしくは将来経営プログラムに進みたい方はご注意ください。この科目は経営プログラムの必修科目です。同名の夜間主のクラスに登録すると卒業要件の計算に支障が生ずる可能性があるため、経営プログラム所属もしくは進む予定の昼間主の学生は、必ず昼間開講のクラスを履修してください。

授業計画

1. マーケティング発想の経営（overview）
2. マーケティング論の成り立ち
3. マーケティングの基本概念

4. 製品開発のマネジメント
5. 価格のマネジメント
6. 広告のマネジメント
7. チャンネルのマネジメント
8. サプライチェーンのマネジメント
9. 営業のマネジメント
10. 顧客関係のマネジメント
11. ビジネスモデルのマネジメント
12. 顧客理解のマネジメント
13. ブランド構築のマネジメント
14. ブランド組織のマネジメント
15. 社会責任のマネジメント（内閣府公正取引委員会による「独占禁止法教室」の講義）

■ 事前学習

1. 教科書の内容を事前に予習して下さい。（30分）
2. Webclassに掲載されている講義ノートの内容を事前に確認してください。（15分）

■ 事後学習

1. 講義後、必ずWebclassでクイズを受けてください。（5分）
2. 質疑があれば、講義中で質疑するか、WebClassに開設されている「質疑応答専用掲示板」に記入してください。

- ・沖縄にはあまり大手企業がないので、できればビジネス雑誌や日経新聞を読んでください。（30分）
- ・テレビやネットニュースで取り上げられた企業のマーケティング活動について、その内容を確認してください。（30分）

■ 教科書にかかわる情報

教科書	書名	1からのマーケティング [第4版]				ISBN	9784502327711	備考	
	著者名	石井淳蔵, 廣田章光, 清水信年編著							
	出版社	碩学舎	出版年	2020	NCID				

■ 教科書全体備考

日経新聞
 ビジネス誌
 ニュースサイトの「経済欄」
 情報番組、ニュース番組の経済関連情報

■ 参考書にかかわる情報

参考書	書名	『セミナー マーケティング入門(第2版)』			ISBN	978453213496	備考	
	著者名	石井淳蔵・嶋口充輝・栗木契・余田拓郎 著						
	出版社	日本経済新聞社	出版年	2013	NCID			
参考書	書名	コトラーとケラーのマーケティング・マネジメント (第12版)			ISBN	9784621066164	備考	
	著者名	P. Kotler & K. L. Keller						
	出版社	丸善	出版年	2014	NCID			
参考書	書名	価格の心理学			ISBN	9784534050427	備考	
	著者名	L. Caldwell						
	出版社	日本実業出版社	出版年	2013	NCID			
参考書	書名	ロングテール（アップデート版）			ISBN	9784153200043	備考	
	著者名	C. Anderson						
	出版社	早川書房	出版年	2009	NCID			
参考書	書名	コトラーのマーケティング4.0：スマートフォン時代の究極法則			ISBN	9784023316157	備考	
	著者名	フィリップ・コトラー, ヘルマワン・カルタジャヤ, イワン・セティアワン著；藤井清美訳						
	出版社	朝日新聞出版	出版年	2017	NCID			

参考書	書名	コトラーのマーケティング5.0：デジタル・テクノロジー時代の革新戦略			ISBN	9784022518187	備考
	著者名	フィリップ・コトラー, ヘルマウン・カルタジャヤ, イワン・セティアワン著；藤井清美訳					
	出版社	朝日新聞出版	出版年	2022	NCID		

参考書全体備考

その他、必要に応じて随時に紹介します。

使用言語

日本語

メッセージ

マーケティング活動を展開する目的は自社製品の価値や魅力度を高めるためですので、その考え方は皆さん自身にも応用できます。是非興味を持ってマーケティングの世界をのぞいてみましょう。対面授業ですので、無断欠席せず教室に来てください。

オフィスアワー

火曜5限・110C研究室

その他、事前に連絡していただければ、時間を見て随時に対応します。

メールアドレス

この項目は教務情報システムにログイン後、表示されます。

URL

<https://webclass.cc.u-ryukyu.ac.jp/webclass/>