

科目ナンバー	BUA-2-021-jk			科目名	マーケティング		
教員名	村山 賢哉			開講年度学期	2020年度 後期	単位数	2
概要	企業にとってマーケティングは重要な役割を果たしている。日常生活においてもマーケティングという言葉を目にすることは多いだろう。マーケティングにとって重要なことは市場を創造することである。この講義では企業活動においてなぜマーケティングが重要であるのかを理解したうえで、マーケティングの基本的な考え方を学習する。						
到達目標	マーケティングの基本的な考え方を理解するために、(1)マーケティングの起源や定義・概念などから『マーケティングとは何か』ということを理解する。(2)今日の企業活動において『マーケティングがなぜ必要なのか』を理解する。マーケティングの基本的な考え方、必要性を理解したうえで(3)『どうしたら商品がヒットするのか』(4)『なぜ私たち消費者ではAではなくB買うのか』という疑問に対してマーケティング的な発想で答えられるようになることを目的とする。						
「共愛12の力」との対応							
識見		自律する力		コミュニケーション力		問題に対応する力	
共生のための知識	○	自己を理解する力	○	伝え合う力	○	分析し、思考する力	○
共生のための態度	○	自己を抑制する力		協働する力		構想し、実行する力	
グローバル・マインド	○	主体性		関係を構築する力		実践的スキル	
教授法及び課題のフィードバック方法	基本的に講義による授業						
アクティブラーニング			サービスラーニング			課題解決型学修	
受講条件 前提科目	特になし						
アセスメントポリシー及び評価方法	積極的な講義への参加20%、課題30%、期末試験50%の割合で総合的に評価する。						
教材	未定(講義の際に資料を随時配布します)						
参考図書	『最新マーケティング』齋藤典晃・松井温文 五紘舎『1からのマーケティング』石井淳蔵・廣田章光 中央経済社						
内容・スケジュール							
1週目							
授業学修内容	＜オリエンテーション＞ マーケティング的考え方とは何かについて知る。						
授業外学修内容	実際に販売されている商品について、マーケティング的考察をする。					時間数	1
2週目							
授業学修内容	＜マーケティングの必要性①＞ 売上と利益の関係を検討し、マーケティングの必要性を知る。						
授業外学修内容	商品・サービスによって顧客が感じる価値をワークシートにまとめる。					時間数	1.5
3週目							
授業学修内容	＜マーケティングの必要性②＞ 競合やそのビジネスの脅威について検討する枠組みを学ぶ。						
授業外学修内容	マーケティング・コンセプトとは、企業がマーケティングを実施する上での指標である。顧客志向というマーケティング・コンセプトが今日の企業においていかに重要であるかを考える。					時間数	1.5
4週目							
授業学修内容	＜外部環境分析＞ 外部環境を検討する際のベースとなるPEST分析(Politics, Economy, Society, Technology)について学ぶ。						
授業外学修内容	PEST分析ワークシートを埋め、エビデンスを調査する。					時間数	3

5週目			
授業学修内容	<内部環境分析> 企業の内部資源について学ぶ。		
授業外学修内容	調査対象とする企業の内部資源について調査しまとめる。	時間数	2
6週目			
授業学修内容	<SWOT分析> 外部環境・内部環境を元に強み・弱み・機会・脅威を整理し、SWOT分析を行う。		
授業外学修内容	実際の企業を対象に、SWOT分析を行う。	時間数	2
7週目			
授業学修内容	<セグメンテーション> セグメンテーションの変数と4Rについて学ぶ。		
授業外学修内容	実際の企業のセグメンテーション戦略を調査する。	時間数	2
8週目			
授業学修内容	<ターゲティング①> ターゲティングの規模を推定するためのフェルミ推定について学ぶ。		
授業外学修内容	課題で出されるターゲティングの規模を推定してくる。	時間数	2
9週目			
授業学修内容	<ターゲティング②> 4Rの事例を学ぶ。		
授業外学修内容	実際の顧客にリーチする事例を調査する。	時間数	2
10週目			
授業学修内容	<購買決定プロセス> AIDMA・AISASといった分析手法を学ぶ。		
授業外学修内容	実際の製品を事例にAISASの調査をする。	時間数	2
11週目			
授業学修内容	<バリュー・プロポジション①> 現代のマーケティングに求められるバリュー・プロポジションについて学ぶ。		
授業外学修内容	バリュー・プロポジションを考慮したキャッチコピーを作成する。	時間数	2
12週目			
授業学修内容	<バリュー・プロポジション②> 具体的な消費者像を検討するためのペルソナ分析について学ぶ。		
授業外学修内容	課題のペルソナを作成してくる。	時間数	2
13週目			
授業学修内容	<ポジショニング①> ポジショニングを検討するためのKBF、ポジショニングマップについて学ぶ。		
授業外学修内容	KBFについて聞き取り調査を行う。	時間数	2
14週目			
授業学修内容	<ポジショニング②> ポジショニング戦略を考慮しながら実際のビジネスを考察する。		
授業外学修内容	グループでビジネスについてワークし、企画案を提出する。	時間数	5
15週目			
授業学修内容	<マーケティング・ミックス> 4Pおよび4Cについて学び、マーケティング的考察のまとめとする。		
授業外学修内			

容	これまでに学んだマーケティング手法を用い、事例を調査・分析する。			時間数	5
上記の授業外学修時間の合計				35	
その他に必要な自習時間				55	
Number	BUA-2-021-jk	Subject	Marketing		
Name	村山 賢哉 (Murayama Kenya)	Year and Semester	Second semester for 2020	Credits	2
Course outline	0 In this lecture, we will understand why marketing is important in corporate activities, and then learn the basic concepts of marketing.				