

科目キー	440111380A
科目名	生産財マーケティング
担当教員	藤村 茂
曜日・時限	火 4限(15:05～16:45)
使用教室	N159
科目区分	情報アーキテクチャ分野
学期	春クォータ
単位	1
言語	日本語
授業概要	生産財とは、一般消費財を製造する工場において利用する生産機器やシステムなどであり、製造業にとって、生産効率の向上、製品品質の維持のために重要な役割を担っている。このような生産財を提供する生産財マーケティング戦略について、基本的な概念と製販一体となった顧客満足への取り組みの重要性を説明する。そして、昨今の情報化社会において、生産財マーケティングがどのように変化していくか、どのようにマーケティングと連携した製品開発を行うべきかについて今後の展望を述べる。講義では、マーケティング手法の概念について説明するとともに、その概念を用いた実際のケーススタディを実施し、より実践的なマーケティング手法を習得することを目的とする。
授業の到達目標	生産財マーケティングの基本的な知識を習得する。
評価	製品企画プレゼンテーション: 40% , 講義中の積極性: 20% 製品企画書作成・動機付けに対する達成度自己評価(最終)レポート: 40%
参考書	浜中 憲一, 角澤 明: “生産財マーケティング戦略 アマダに学ぶ売れる仕組みづくりと実践マニュアル”, 生産性出版, 2010 高嶋 克義, 南 知恵子: “生産財マーケティング”, 有斐閣, 2006 フィリップ・コトラーら: “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”, 朝日新聞出版, 2017
注意点	講義中に積極的な発言を期待します。
内容	第1回: オリエンテーション (4/15) 対面講義 本講義の概要を説明する。本講義を受講する動機付けの整理を行いレポートを提出する。 生産財とはなにか, 生産財マーケティングと一般消費財マーケティングとの違いを説明する。 第2回: 生産財マーケティング手法 (4/22) ビデオ視聴のみ 市場戦略, 顧客の購買挙動モデルについて説明する。 第3回: 情報化社会における今後の展望 (4/29) ビデオ視聴のみ 情報化社会におけるマーケティング手法の変化と生産財マーケティングの変化について説明する。 第4回: 製品企画ケーススタディ (5/13) ビデオ視聴+対面講義 生産財の製品企画の例を説明し, その商品企画のプレゼンテーションのまとめ方について説明する。 第5回: グループディスカッション (5/20) 製品企画についてグループディスカッションを実施する。 第6回: 製品企画プレゼンテーション(1) (5/27) 製品企画のプレゼンテーションを実施し, ディスカッションを行う。 第7回: 製品企画プレゼンテーション(2) (6/3) 製品企画のプレゼンテーションを実施し, ディスカッションを行う。