

## (1) 本講義を受講する目的

- 生産財マーケティングの基本概念の習得

生産財と消費財の違い、各カテゴリーの特徴を理解し、企業がどのように製品企画やマーケティング戦略を展開しているかを学ぶ、理論と実践の両面から知識を習得する。

- 実践的なケーススタディの分析と応用力の向上

講義内で取り上げられる実際の事例やプレゼンテーションを通して、企業のマーケティング戦略がどのように組み立てられているかを具体的に理解する。

将来的に自社や実務での製品企画、販売促進、顧客満足向上に役立てるための、実践的な手法を体得する。

- 情報化社会下でのマーケティング変革の理解と新たな製品開発手法の獲得

従来のマーケティング手法と現代のマーケティング手法の違い、および情報技術の進歩に伴う変化のプロセスを理解し、イノベーション手法を学ぶ。

---

## (2) 自己評価を行う方法

- 自己評価シート

講義ノートや参考文献を基に、自身が「基本概念の理解状況」や「関連用語・分類の把握状況」について、どの部分を十分に理解できたか、どの部分に疑問や不十分な点があったかを具体的に記述する。

- 実践的なケーススタディの分析と応用力向上に対する自己評価

自作の製品企画書作成およびプレゼンテーションのフィードバックをもとに、内容の実用性、説得力について自己評価する。

グループディスカッションの内容や発言、意見交換を振り返り、自身の理解度や積極性、意見の具体性について考察し、次回に向けた改善目標を設定する。