

マーケティングⅡ

科目ナンバリング CME-202
選択必修 2単位

赤木 徳顕

1. 授業の概要(ねらい)

本授業は、企業活動において「売れる仕組み」作りをするマーケティングに関する基本的な考え方、枠組みを学びます。また売り手である「顧客」が時代と共に変化していくので、基礎を学びながら事例はデジタル時代の現在に合わせて、分かりやすく解説する予定です。

2. 授業の到達目標

本授業の目標は、マーケティングに関する基礎的な知識や枠組みを理解し、企業活動をマーケティングの視点で分析できるようになることです。

3. 成績評価の方法および基準

最終試験(40%)と平常点(授業中のコメントシートやディスカッションへの参加等 60%)で評価します。平常点は出席点ではなく、授業中のコメントシートの質およびディスカッションへの貢献度によって評価します。最終試験は持ち込み可とします。

4. 教科書・参考文献

教科書
フィリップ・コトラー/ヘルマン・カルタジャヤ 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

5. 準備学修の内容

授業内に紹介した事例で興味のあるものについては、積極的にインターネットなどで調べてみましょう。

6. その他履修上の注意事項

私語など、授業の妨げとなる行為については、減点する場合があります。また、授業計画は授業の進行状況に応じて変わる可能性があります。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンス
- 【第2回】 マーケティング・マネジメント
- 【第3回】 PDCAサイクル
- 【第4回】 ストラテジー
- 【第5回】 計画とプロセス
- 【第6回】 マーケティング・リサーチ
- 【第7回】 コンテンツI
- 【第8回】 コンテンツII
- 【第9回】 顧客エンゲージメント
- 【第10回】 CRM(顧客関係管理)
- 【第11回】 カスタマージャーニー
- 【第12回】 ネットとリアル
- 【第13回】 オムニチャネル
- 【第14回】 マーケティング評価
- 【第15回】 まとめ