

マーケティング I

科目ナンバリング CME-205
選択 2単位

高木 健美

1. 授業の概要(ねらい)

この授業では、「マーケティング」について理解を深め、そしてマーケティング手法を自らが実践できるようになることを学びます。「マーケティング」とは突きつめて考えると、「新しい価値」を世の中に打ち出していくことです。人々の喜びや感動など、人の心を揺さぶり、動かしていくことです。「マーケティング」とは、実は身近にあり、難しいものではなく、面白い仕組みです。今日、デジタル化、グローバル化が急ピッチで進むなか、あらゆる業種、業界においてマーケティングの実践が従来にも増して必要となってきました。

本講義では、I（春期）には、マーケティングの“基礎編”として、包括的にマーケティングについて理解していただきます。

II（秋期）には、“応用編”として、経営戦略の中核にマーケティング活動を位置づけ、日本のトイレタリー・日用品業界ナンバー1の花王のマーケティングの実践を事例として解説し、マーケティング戦略全般について理解を深めていただきます。

2. 授業の到達目標

「知識のマーケティング」と実践に役立つ「知恵のマーケティング」の両面を習得し、実社会で主体的にマーケティングを活用できるようになること。また、就職活動に役立てる。

3. 成績評価の方法および基準

レポートなど総合的に評価

4. 教科書・参考文献

教科書

高木健美著 『マーケティング戦略展開』 明治大学リバティアカデミー

グロービス・マネジメント・インスティテュート編著 『グロービスMBAマーケティング』 ダイヤモンド社

5. 準備学修の内容

授業とテキストはリンクしていますので、事前に該当範囲を読むこと。

マーケティングの理解をより深めるためにも、マーケティング I、II を合わせて履修することを薦めたい。

6. その他履修上の注意事項

マーケティングに関する知識と同時に、消費者のニーズ(欲求・要求)や価値観をかき取り、感性を磨くために必要な方法。

1. 話題の催物、映画、コンサートに行き体験する

2. 美術館・博物館で芸術に触れたり、地球や生命や科学技術に対する認識を深める

3. ヒット商品情報に関する雑誌・新聞や発想法の本を予習・復習で必ず読む

以上のことを日々心がけること。

7. 授業内容

【第1回】	オリエンテーション
【第2回】	マーケティングの意義とプロセス I
【第3回】	マーケティングの意義とプロセス II
【第4回】	市場機会の発見
【第5回】	セグメンテーション、ターゲティング
【第6回】	ポジショニング
【第7回】	製品戦略 I
【第8回】	製品戦略 II
【第9回】	価格戦略
【第10回】	流通戦略 I
【第11回】	流通戦略 II
【第12回】	コミュニケーション戦略 I
【第13回】	コミュニケーション戦略 II
【第14回】	コミュニケーション戦略 III
【第15回】	総括