

マーケティングⅠ

科目ナンバリング CME-201
選択 2単位

西川 みな美

1. 授業の概要(ねらい)

この講義は初めてマーケティングを学ぶ学生を対象としています。マーケティングとは、単なる販売活動ではなく、商品やサービスが売れる仕組みを作る企業活動です。この講義ではできる限り多くの事例を用いながら、マーケティングに関する基礎的な知識を説明します。

2. 授業の到達目標

この授業の目的は、マーケティングの基礎的な用語・枠組みを理解し、それに基づいてマーケティングの視点から現実の企業行動を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

期末試験（100点満点）と授業中のレポート（1回につき5点）によって評価します。レポート提出は任意となり、提出した場合は期末試験の点数に加点される形式です。

4. 教科書・参考文献

参考文献

久保田進彦・澁谷覚・須永努 はじめてのマーケティング 有斐閣

沼上幹 わかりやすいマーケティング戦略（新版） 有斐閣

小川孔輔 マーケティング入門 日本経済新聞出版社

5. 準備学修の内容

授業では、現実の事例と関連させながらマーケティングの基礎を学びます。復習として、授業で紹介した事例について調べたり、日々の生活においてマーケティングに関する現象を意識して観察してみると、授業の理解がより深まると思います。

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を行った場合は、減点します。

7. 授業内容

【第1回】 ガイダンス:授業の流れ・全体像を示す。レポートおよびテストに関して説明する。

【第2回】 マーケティングとは何か

【第3回】 マーケティング・マネジメント・プロセス

【第4回】 セグメンテーション

【第5回】 ターゲティング

【第6回】 ポジショニング

【第7回】 製品政策①

【第8回】 製品政策②

【第9回】 価格政策①

【第10回】 価格政策②

【第11回】 プロモーション政策①

【第12回】 プロモーション政策②

【第13回】 チャネル政策①

【第14回】 チャネル政策②

【第15回】 まとめ