

マーケティング I

科目ナンバリング CME-201
選択必修 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りました。

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