

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。具体的には、まず初めにマーケティング・マネジメント・プロセスを理解したうえで、市場機会の発見と、マーケティング・ミックスの「4P」について学びます。

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。そのために、以下の点を達成することを目指します。

- ・マーケティングの基本的な考え方を身に着ける。
- ・マーケティング・ミックスの各要素について、それぞれの具体的な内容を説明できる。
- ・企業のマーケティングに関する記事・ニュースを一通り理解し、分析できる。

3. 成績評価の方法および基準

- ・①期末試験と、②講義中の小テスト・レポートの合計点 (①+②) で評価します。
- ・期末試験は持込一切不可です。
- ・出席はとりませんが、毎回講義中に小テストあるいはレポートを提出していただきます。

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。
- ・授業計画や評価方法の詳しい説明は第1回目のガイダンスにて行います。また、シラバスから内容が変更される場合もありますので、当講義を履修する場合は第1回目を必ず受講してください。

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】 ケーススタディ
- 【第4回】 マーケティング・マネジメント・プロセス
- 【第5回】 セグメンテーション
- 【第6回】 ターゲティング
- 【第7回】 ポジショニング
- 【第8回】 まとめ
- 【第9回】 製品政策
- 【第10回】 価格政策
- 【第11回】 プロモーション政策
- 【第12回】 チャネル政策:流通チャネルの設計
- 【第13回】 チャネル政策:流通チャネルの管理
- 【第14回】 まとめ①
- 【第15回】 まとめ②と期末試験