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

市丸　誠男

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（前期）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（後期）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するとともに、産業財のビジネス・マーケティング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

授業への貢献度を20%、レポート課題の内容を80%にて評価します。

4. 教科書・参考文献

教科書
特にテキストは使用せず、必要に応じてプリントを配布します。
参考文献
上原征彦、大友純　『価値づくりマーケティング』　丸善出版

5. 準備学修の内容

具体的には配布資料（レジメ）に従って授業を行います。配布資料に関わる内容について事前に調べるなど関連情報に触れておくこと。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

講義内容を配布資料に追記し、書いて覚えることを勧めます。

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）や価値観をかぎ取り、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＞
1）コース概要と進め方
2）マーケティングとは／なぜマーケティングが必要なのか

【第2回】　＜マーケティングの全体プロセス＞
1）マーケティング論の流れ／マーケティングはどのように立案・実行されるのか

【第3回】　＜環境分析―市場機会＞
1）なぜ環境分析が必要なのか／分析によって何が導出されるのか

【第4回】　＜市場機会探索＞
1）フレームワーク活用によるケーススタディ

【第5回】　＜セグメンテーション・ターゲティング＞
1）市場細分化の意味とターゲティングの意義

【第6回】　＜ポジショニング＞
1）ポジショニングとは／なぜポジショニングが必要なのか

【第7回】　＜競争構造＞
1）競争地位戦略・競争戦略3類型とは

【第8回】　＜価値形成戦略―概要＞
1）コンセプトを考える／ニーズとウォンツ／顧客満足

【第9回】　＜価値形成戦略―情緒的価値＞
1）機能的価値（物理的有用性）と情緒的価値（意味的有用性）の重要性

【第10回】　＜マーケティング・ミックス―製品戦略・価格戦略＞
1）製品ライフサイクル
2）価値認識

【第11回】　＜マーケティング・ミックス―流通戦略・プロモーション戦略＞
1）流通チャネルの役割
2）プロモーションの位置づけ・方法／7P／4Pと4C

【第12回】　＜PDCAによるブランドマネジメント＞
1）PDCAの必要性／ブランド育成強化／プロダクトミックス

【第13回】　＜消費者行動とブランド＞
1）ブランドとは／ブランドの役割

【第14回】　＜マーケティングとイノベーション＞
1）イノベーションとは／創造活動の必要性／価値共創

【第15回】　＜これからのマーケティングを考える＞
1)SDGs／ESGとは
2)CSRとCSV