

## 1. 授業の概要(ねらい)

・この授業のねらいは、マーケティングおよびマーケティング・コミュニケーションの基礎的な知識を習得したうえで、マーケティングに関連する諸課題の分析・考察を通じて課題解決能力を養うことです。したがって、毎回の授業では、前半は教員による講義を行い、後半は講義内容に関するレポートあるいはグループ・ディスカッションに取り組んでいただきます。  
・後期では、前期で扱った基礎的な内容を踏まえ、今日のマーケティング・コミュニケーションにおいて重要視されるデジタル環境での政策について取り上げます。

## 2. 授業の到達目標

マーケティングの基礎的な用語・枠組みを理解し、それに基づいて現実のマーケティング・コミュニケーションに関連する諸問題を分析できるようになることを目指します。

## 3. 成績評価の方法および基準

毎回の授業内レポートおよび最終試験 (or 最終レポート) の合計点で評価します。

## 4. 教科書・参考文献

## 5. 準備学修の内容

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・考察してみると、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
- 【第2回】 デジタル・マーケティング①
- 【第3回】 デジタル・マーケティング②
- 【第4回】 事例とディスカッション
- 【第5回】 デジタル環境における消費者行動①
- 【第6回】 デジタル環境における消費者行動②
- 【第7回】 デジタル環境におけるマーケティング・リサーチ
- 【第8回】 事例とディスカッション
- 【第9回】 デジタル環境におけるプロモーション戦略①
- 【第10回】 デジタル環境におけるプロモーション戦略②
- 【第11回】 デジタル環境におけるプロモーション戦略③
- 【第12回】 ECとマーケティング・コミュニケーション
- 【第13回】 事例とディスカッション
- 【第14回】 まとめ (オンライン講義)
- 【第15回】 課題のフィードバック  
最終試験