

マーケティング特講Ⅰ

選択 2単位

赤木 徳顕

1. 授業の概要(ねらい)

本講義では、経営学の主要領域であるマーケティングについて、MBAとして必要とされる知識を学ぶことを目的としています。特に、修士論文の作成においてマーケティングの分野で論文を書く学生がいることを踏まえ、実例の分析を多く紹介しながら授業を進めます。

2. 授業の到達目標

- (1)将来マーケティングや企画部門に配属された場合に、すぐに応用できるマーケティングの基礎を理解できる
- (2)様々な企業のマーケティング戦略について理解し、実例を分析できる

3. 成績評価の方法および基準

毎回学んだ内容について小レポートを提出してもらい、それを評価します。

4. 教科書・参考文献

教科書

グロービス経営大学院 グロービスMBAマーケティング ダイアモンド社

5. 準備学修の内容

- (1)予習: 毎回授業の最後に次の授業のキーワードを示しますので、それについて調べてください。
- (2)復習: 学修した内容を基に実例について調べ、簡単なレポートを作成して提出してもらいます。

6. その他履修上の注意事項

7. 授業内容

- 【第1回】 イントロダクション: MBAに必要とされるマーケティング知識
- 【第2回】 市場・環境分析
- 【第3回】 セグメンテーション・ターゲティング
- 【第4回】 ポジショニング
- 【第5回】 製品戦略
- 【第6回】 価格戦略
- 【第7回】 流通・チャネル戦略
- 【第8回】 コミュニケーション戦略
- 【第9回】 ブランド戦略
- 【第10回】 マーケティング・リサーチ
- 【第11回】 競争戦略
- 【第12回】 カスタマーリレーションシップマネジメント(CRM)
- 【第13回】 BtoBマーケティング
- 【第14回】 グローバルマーケティング
- 【第15回】 フィリップコトラーがマーケティング5.0で目指す世界