

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 ダイヤモンド社

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 |