

地域マーケティング I

科目ナンバー 8D207
地域社会・産業系科目
選必 2単位

荒井 良雄

1. 授業の概要(ねらい)

「マーケティング」は企業がその活動の中で市場をどのように理解し、どのように関わっていくか?という問題を扱う分野です。もともとは、会社の経営のための理論として発達しましたが、近年では、地域の成長や持続を考えるやり方にも応用されています。地域マーケティング I ではまず、マーケティングの基本的な概念を整理し、さらに、地域の産業活動などを取り上げて、マーケティング的に考える事例分析を紹介します。この授業は、DP2の基礎を作ることを目指します。

2. 授業の到達目標

学生は、マーケティングに関する基礎的な知識を学び、地域に関わるさまざまな問題にマーケティングの考え方をを用いて取り組む能力を身につけます。

3. 成績評価の方法および基準

期末試験(60%)を基本とし、中間での複数回の小テスト、小レポート、授業でのディスカッション等(計40%)も加味して評価します。小テスト・レポート、ディスカッション等へのコメントがフィードバックになります。

4. 教科書・参考文献

教科書

教科書は指定せず、毎回、講義資料を配布します。

参考文献

授業中に適宜紹介します。

5. 準備学修の内容

マーケティングの基礎的な知識の理解のためには、参考書として上げた本などを事前に読んでメモを作成し、予備知識を付けておくこと。とりあげる事例などについて、授業後に自分で文献や記事等の情報を集めてメモを作り、理解を深めることが大いに役立ちます。これらの準備学修のために1回あたり2~3時間を要すると考えられます。

6. その他履修上の注意事項

授業で出てくるようなさまざまな地域や経済についての基礎的な知識を身につけるための基礎作りには、新聞を毎日読んで読む習慣を付けることが役立ちます。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション(本授業のねらいと構成)
- 【第2回】 マーケティングの誕生と考え方の発達
- 【第3回】 マーケティングにおける「4つのP」。4Pとはどういう意味かを事前に調べ、メモを作っておくこと。
- 【第4回】 マーケット・セグメンテーションとポジショニング。これらの用語はどう行く意味かを事前に調べ、メモを作っておくこと。
- 【第5回】 製品のマーケティング:製品ミックスと製品ライフサイクル。取り上げた事例について、授業後に自分で情報を収集し、メモを作成すること。(以下、各回とも同様)
- 【第6回】 価格のマーケティング:製品ライン・製品ライフサイクルと価格設定
- 【第7回】 マーケティング・プロモーション:広告とセールス・プロモーション
- 【第8回】 流通のマーケティング:日本型流通システムと流通革命
- 【第9回】 国際マーケティング:自動車産業の事例
- 【第10回】 中間まとめ
- 【第11回】 地域のマーケティング(1):地域ブランディングの概念
- 【第12回】 地域のマーケティング(2):農村の特産品づくりの事例
- 【第13回】 地域のマーケティング(3):中山間地の地域振興の事例
- 【第14回】 地域のマーケティング(4):島嶼地域の地域振興の事例
- 【第15回】 まとめ・総括