

科目名	マーケティング論Ⅱ		担当者名	増田幸一(マスタコウイチ)	
開講年次	2	開講時期	前期	クラス	
授業形態	講義	履修方法	選択	単位数	2
ナンバリング	D1052	該当DP	DP2,DP3	実務経験	
授業概要	<p>本講座では、一年次で学んだマーケティングⅠをもとに具体的にマーケティングを実践できるようにします。そのため、再度マーケティング戦略を復習し、具体的に戦術レベルまで落とし込んでマーケティング活動ができるようになることが本講座の目的です。そのため、4Pを中心にした製品戦略、価格戦略、チャネル戦略、プロモーション戦略をより深く学習します。また、実際の事例をもとにマーケティングを考えることにより、実践に近いマーケティングが展開できるようになります。</p> <p>なお、後期の商品開発ではこの知識、経験をもとに実際に商品開発、事業企画をしていただき、商品開発プランやビジネスプランを作成します。商品開発を受講したい学生は是非この講義も受講してください。</p>				
到達目標	<p>1.経営とは、経営戦略とは何かを理解します。時流に合ったビジネス、商品とは？</p> <p>2.マーケティングの復習をします。</p> <p>3.マーケティング・ミックスを理解します。</p> <p>4.製品戦略、価格戦略、チャネル戦略、プロモーション戦略について学習します。</p> <p>5.事例をもとに企業のマーケティング戦略を考え、グループで討議できるレベルになります。</p>				
授業計画	回	授業内容		授業外学習（内容と時間）	
	1	マーケティング論Ⅰの復習		予習・復習	90分
	2	経営とは、経営理念とは、経営プロセスとは何か		予習・復習	90分
	3	マーケティング戦略、成長戦略、競争戦略について		予習・復習	90分
	4	製品政策(1)		予習・復習P17～P68	90分
	5	製品政策(2)		予習・復習P17～P68	90分
	6	価格政策(1)		予習・復習P69～108	90分
	7	価格政策(2)		予習・復習P69～108	90分
	8	チャネル政策(1)		予習・復習P109～P172	90分
	9	チャネル政策(2)		予習・復習P109～P172	90分
	10	プロモーション政策(1)		予習・復習P173～P155	90分
	11	プロモーション政策(2)		予習・復習P173～P155	90分
	12	ケースⅠ「アスクルのマーケティング戦略」をもとに問題を理解し、個人で考える		予習・復習	90分
	13	上記事例をグループで検討する(1)		予習・復習	90分
	14	上記事例をグループで検討する(2)		予習・復習	90分
15	定期試験				
教科書	コラー教授「マーケティング・マネジメント」入門Ⅱ実践編 グローバルタスクホース著 総合法令				
参考書	マーケティング活動の進め方 木村達也 日経文庫				
成績評価	方法	割合	備考		
	受講態度	20%	授業に熱心に耳を傾け活発に質問してください。		
	レポート・課題	30%	内容はもちろん期限を守ったかを重視します。		
	期末試験	50%	論述方式および語群選択方式。レポート・期末試験の答案はともに返却しません。		
	遅刻・早退・欠席		欠席:-2点、遅刻・早退:-1点、遅刻3回で1回欠席		
履修上の注意	<ul style="list-style-type: none"> ・教科書、ノートを持ってくること。 ・宿題・課題の提出期限を守ること ・授業中の私語・居眠り・携帯電話の使用は厳禁です。 ・レポートは10点満点で評価し返却します ・毎回の授業で取り組む小論文は5段階で評価し返却します。 ・期末試験の答案は返却しません。 ・レポート・期末試験の答案はともに返却しません。 				
オフィスアワー			メールアドレス	k-masuda2@jcom.home.ne.jp	