

科目名	マーケティング論 I		担当者名	増田幸一(マスタコウイチ)	
開講年次	1	開講時期	後期	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	D1051	該当DP	DP2,DP3		
授業概要	21世紀はマーケティングの時代とも言われます。企業は、商品売るというよりも売れる(儲かる)仕組みをどのように作り上げるかが課題です。コトラーは、マーケティングとは「個人や組織の目的を満足させる交換を創出するための、アイデア、財、サービスの概念形成をし、価格設定、プロモーション、流通チャネルを企画し、実行する過程」と定義しています。これらの定義を理解しながら企業が成長・発展するための手法を身に付けていただければ、社会に出て役に立つ人材になれると思います。是非この授業を受けマーケティングの基礎知識を習得しましょう。				
到達目標	1.マーケティングとは何かを理解する。 2.売れる仕組み(儲かる仕組み)を理解する。 3.マーケティング・ミックスを企画できるようになる。				
授業計画	回	授業内容		授業外学習(内容と時間)	
	1	「マーケティングとは」「経営とは」「経営戦略とは」		復習・予習p1～15	90分
	2	マーケティング的思考とは		復習・予習p17～31	90分
	3	マーケティングとは何か		復習・予習p32～38	90分
	4	マーケティングのプロセスと全体像の把握		復習・予習p40～42	90分
	5	市場細分化とポジショニング		復習・予習p102～182	90分
	6	マーケティング・ミックス		復習・予習p102～183	90分
	7	製品戦略		復習・予習p102～184	90分
	8	価格戦略		復習・予習p102～185	90分
	9	チャネル戦略		復習・予習p102～186	90分
	10	プロモーション戦略		復習・予習p102～187	90分
	11	製品ライフサイクル		復習・予習p102～188	90分
	12	マーケティング事例1		復習・予習 配布資料1	90分
	13	マーケティング事例2		復習・予習 配布資料2	90分
	14	マーケティング事例3		復習・予習 配布資料3	90分
	15	定期試験			
教科書	コトラー教授「マーケティング・マネジメント」入門 I グローバルタスクフォース著 総合法令				
参考書	「マーケティング活動の進め方」木村達也 日本経済新聞社				
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。		
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。 				
実務経験との関連					
オフィスアワー			メールアドレス	k-masuda2@jcom.home.ne.jp	