

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		
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。		
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	