

授業科目名： **マーケティング（徐）**
科目区分： 戦略・マーケティング（コア）
必修・選択の別： 必修
配当年次： 1 年次
単位数： 2 単位（学習期間 1 学期）
担当教員： 徐恩之
オフィスアワー（授業相談の受付）：

e ラーニングサイトおよびメールでの質疑応答を受け付けています。
（メールアドレスは大学院グループウェアのアドレス帳でご確認ください）

1. 授業の概要

社会と市場の変化と共にマーケティングは、顧客・市場・社会への価値創造活動として進化し続けています。マーケティングとは、企業の市場に対するアプローチを理論化したものです。企業が人で成り立ち、人がその機能を達成して行く企業活動であることから、ビジネスパーソンが、市場と顧客の価値を正しく理解し、ソリューションを探していく上で、マーケティング視点は欠かせないものとなります。本講義は、進化し続けるマーケティングの本質的意義と基礎的な理論をについて理解しながら、実務で使える顧客及び戦略志向のマーケティングに関して体系的に学びます。

本講義の特徴は、産業財マーケティング、国際マーケティング、消費者行動論、マーケティング組織の管理といったマーケティングにおける主要テーマについて、直接触れることができることです。企業顧客と消費者のように、顧客を意識したようなマーケティング活動について、実務の問題や実例を用いて、学習できることが、本講義の特徴です。なお、学んだ基礎理論と現実のギャップの内容を、学生自らが、確認しながら、そのギャップの発生理由について体系的に考える練習をし、ソリューションを発見していくことを目指します。

2. 学習目標

本講義の学習目標としては、授業でのレクチャー、小テスト、レポート作成を通じて、次の目標の実現を目指します。

- 1)マーケティングの理論や基本的な枠組み、その変化について正しく理解する。
- 2)最新の企業事例や市場のトレンドを共有し、議論することができる。
- 3)マーケティング・顧客志向に基づき、ご自身が活躍している業界や現場の問題を把握し、解決に向けての活動に取り組むことができる。

3. 授業計画

第 1 章 マーケティングの考え方

マーケティングの言う市場の定義について理解します。

第 2 章 製品差別化

製品差別化の意味を理解し、実務における差別化の軸を検討します。

第 3 章 市場細分化

市場の細分化の意味と多様な基準について理解し、市場の捉え方について理解を深めます。

第 4 章 製品ライフサイクル

製品ライフサイクルの概念について理解し、各段階におけるマーケティング活動について知識を深めます。

第 5 章 消費者行動論

消費者行動を理解する意味や分析方法について学び、環境変化の影響による消費者行動の変化について理解を深めます。

第6章 新製品開発

新製品開発の一般的なプロセスと新製品開発に強い組織の要件について検討します。

第7章 マーケティング・ミックス①：製品とプロモーション

製品とプロモーションにおけるマーケティング戦略の一般的なトピックスと事例について学びます。

第8章 マーケティング・ミックス②：チャネルと価格

チャネルと価格における戦略立案の一般的なトピックスに関する知識を深めます。

第9章 戦略的マーケティング

企業の市場戦略とマーケティングの関係について理解します。

第10章 マーケティングの組織と資源

マーケティング組織と企業資源の活用問題について学びます。

第11章 マーケティングにおける関係の理論

関係性に基づくマーケティング活動とCRMについて検討します。

第12章 チャネル関係の構築

関係性マーケティングの登場背景と関係性に基づくマーケティング活動について検討します。

第13章 ビジネスマーケティング

産業財企業のマーケティング活動について知識を深めます。

第14章 国際マーケティング

海外市場における企業のマーケティング活動について理解を深めます。

第15章 サービスマーケティング

サービスにおけるマネジメントとマーケティング戦略について知識を深めます。

4. 受講上の留意点

大学の既定のスケジュール通りに遅延なく受講してください。

また、各章毎の小テストに加え、中間レポートの作成や、期末レポートの作成もありますので、大学既定のスケジュールとあわせて、無理のない受講計画とスケジュール管理を行い、小テストやレポート提出に遅延が発生しないように留意して下さい。特に、期末レポートの提出期限については、第15章の終了時期と同時期となっておりますので、十分留意して対応してください。

「中間レポート」のテーマは、第6章が終わった段階で、発表します。提出期間は、テーマ発表から2週間後になります。

5. 成績評価基準

出席率 10%、小テスト 20%、中間レポート 20%、期末レポート 50%

6. 必読書籍

高嶋克義・桑原秀史『現代マーケティング論』有斐閣アルマ・2018

7. 参考書籍

石井淳蔵・廣田章光『1からのマーケティング』碩学舎・2019

池尾恭一・青木幸弘・南知恵子・井上哲浩 他『マーケティング(New Liberal Arts Selection)』有斐閣・2019

高嶋克義・南知恵子『生産財マーケティング』有斐閣・2006

8. その他

特になし。