

平成 27 年度 上武大学 大学院 経営管理研究科 シラバス

講義番号	授業科目名	マーケティング特論B		担当教員	栗原信征		
	英語授業科目名	Marketing Management B		単 位	2	学 期	後期
対象年次	1・2年次	クラス指定		他との関連			
履修条件	特になし						
テーマ・副題	マーケティングの実践的戦略論						
授業の教育目的・目標	マーケティングを实践するうえで、必要なマーケティングの全体的な理論について学修する。						
授業の理解度の到達目標	マーケティングの全体像を把握する。それを基にマーケティングの実践的な体系について考えるようにする。						
授業キーワード	マーケティングマネジメント、ブランド、ポジショニング、製品ポートフォリオ管理						
授業の内容	コトラーの著作（邦訳版）を輪読する。それ以外のマーケティング理論も含めて講義し、議論する。						
授業の方法	講義形式とゼミ形式を併用する。						
授業展開	<ol style="list-style-type: none"> 1. ガイダンス、マーケティングとは 2. マーケティングの定義 3. マーケティング戦略とマーケティング計画 4. 顧客価値、顧客満足、顧客ロイヤルティの創造 5. 市場セグメントとターゲットの明確化 6. ブランド・エクイティの創出 7. ブランド・ポジショニングの設定 8. 競争への対処 9. 製品戦略の立案 10. 価格設定戦略と価格プログラムの策定 11. バリューネットワークおよびチャネルの設計 12. 新製品の開発 13. グローバルマーケティング 14. ホリスティック・マーケティング組織のマネジメント 15. まとめ 						
成績評価方法	講義の要約発表などの参加状況とレポートによる						
成績評価基準	成績は総合点で 80 点以上を A、79～70 点が B、69～60 点が C、それ以下を D とする。						
テキスト	コトラー&ケラー著、恩蔵直人監修、月谷真紀訳『コトラー&ケラーのマーケティングマネジメント 12 版』ピアソン・エデュケーション社、2008						
参考図書	アル・ライズ、ジャック・トラウト/川上純子訳『ポジショニング戦略』（新版）、海と月社、2008						
準備学習に必要な時間、又はそれに準じる程度の具体的な学習内容	輪読形式（4～8人）なので、順次その準備をするとともに、次回に備え内容を理解する。						
学生へのメッセージ	活発に議論しながら授業を進めよう。						
オフィスアワー	木曜 2 時限、金曜 3 時限						
連絡先	電話番号	0274-42-2828	メールアドレス	kurihara@sc.jobu.ac.jp			
人数制限							