マーケティング論		講義	教授 岡野 武志	
科目カテゴリー	国際ビジネスコースの専門 選択科目 経営・経済コースの選択必 修科目	科目ナンバリング	23201203	

1. 授業のねらい・概要

マーケティングは、商品やサービスを通じて顧客や利用者へ価値を提供する活動であり、社会に新たな価値を創造し得るプロセスでもある。この講義ではマーケティングの考え方や仕組みを中心に、社会の変化に対応した事例や経済の動向などについても考察し、社会で活躍するための基礎力を養うことを目的とする。

2. 授業の進め方

事前に提供または指定された資料等を予習していることを前提に、授業では重要なポイントの解説や関連事例等についての考察を重視し、テーマについての質疑応答やディスカッション等も積極的に行う。また、理解の定着と考える力の向上を図るため、各回授業の終了後に小レポートを課し、その結果を成績評価にも反映させる。

3. 授業計画

1. イントロダクション / マーケティングの概観	9. 業界とポジショニング
2. マーケティングの視点	10. データとビジネス
3. 製品と価値	11. ブランディングとロイヤリティ
4. 価格とコスト	12. イノベーションと市場創造
5. 販売と流通	13. 顧客行動の視点
6. プロモーションとエンゲージメント	14. Society5.0 とマーケティング
7. 社会・経済の分析	15. 総括 / SDGs とマーケティング
8. 経営資源の視点	

4. 準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

各回の授業を受講する前に事前に提供または指定された資料を予習し、関連する事項やニュース等を調べておくこと。授業終了後には授業で取り扱った内容を振り返りながら小レポートを作成・提出するとともに、関心を持った事項等について掘り下げて理解を深めること。これらの予習・復習等には、それぞれ2時間以上を要する。

5. 課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法

小レポート及び期末レポートの趣旨や課題については授業の中で説明する。

6. 授業における学修の到達目標

マーケティングの基本的な概念を理解し、これらの概念を用いて企業の行動を考察し説明できる。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取り組み姿勢（小レポートへの評価を含む：60%）と期末レポートの評価（40%）を総合して評価する。

8. テキスト・参考文献

教科書は指定せず、各回の授業に用いる資料は会場で表示する。参考文献等は必要に応じて授業内で紹介する。

9. 受講上の留意事項

新聞やTV番組、インターネット上の情報等を活用し、日頃からマーケティングに関連する事項に関心を持つこと。

10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無

該当する。この授業は金融機関，経営企画，調査研究（シンクタンク）等における実務経験を活かして指導する。

11. 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連

上記の「科目カテゴリー」欄の記載のとおり。