

マーケティング基礎①②		講義	教授 大澤 秀一	
科目カテゴリー	スポーツマネジメントコースの必修科目、 スポーツトレーナーコースの必修科目 柔道整復師コースの教養選択科目 救急救命士コースの教養選択科目	科目ナンバリング	11120106 12220120 13220102	

1. 授業のねらい・概要

マーケティングは、顧客価値の創造と提供を行う経営活動の総称です。授業ではマーケティングの基礎を体系的に学びます（1 Semesterで完結）。市場ニーズの把握、価値ある製品・サービスの開発、宣伝と販売、顧客エンゲージメントの獲得というプロセスを学んだ後、二つの業種のケーススタディを取り上げることで実践的な知識を身に付けます。マーケティングを入口にしてビジネスに興味を持ち、学び続けるための基礎を習得することがねらいです。

2. 授業の進め方

授業は講義形態で行い、理解度を確認する小テストを3回繰り返しながら概ね以下の内容に沿って進めます。

3. 授業計画

1. 授業の概要説明	9. サステナブルマーケティング
2. マーケティング戦略	10. 消費者とマーケティング
3. 市場細分化／選定／差別化分析	11. 第2回小テスト
4. マーケティングミックス（製品戦略）	12. ケーススタディ（製造業）
5. マーケティングミックス（価格戦略，流通戦略）	13. ケーススタディ（小売業）
6. マーケティングミックス（プロモーション戦略）	14. 第3回小テスト
7. 第1回小テスト	15. 総まとめ
8. デジタルマーケティング	

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

事前配布されるデジタル資料を予習し、あらましを把握してから授業に臨んでください。授業内容の定着と論点整理のための復習も重要です。予習・復習に2時間以上かけて疑問点や不明点がなくなるまで学修してください。

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

各小テストの次の授業で出題の意図と解答のポイントを説明します。

6. 授業における学修の到達目標

メディアなどで報道されるマーケティング関連の情報を理解し、他の人と議論出来るようになることや、自らがマーケティングを学び続けるための基礎を習得することを目標とします。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取組姿勢(50%)と小テストの結果(50%)によって評価します。

8. テキスト・参考文献

テキストは使用しません。必要に応じて参考文献などを適宜紹介します。

9. 受講上の留意事項

初回の授業で説明します。授業への主体的な参加を期待します。疑問や不明な点については、遠慮せずに授業などで質問しましょう。

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。本授業は、シンクタンクや金融機関における実務経験を活かして指導します。

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。