

平成 30 年度 上武大学 大学院 経営管理研究科 シラバス

	授業科目名	マーケティング特論 A		担当教員	栗原信征		
	英語授業科目名	Marketing Communication A		単 位	2	学期	前期
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	消費者の把握と情報発信手段						
授業の教育目的・目標	マーケティングにおいて最も重要なのは、消費者の欲求をとらえ、一方で企業の意図をターゲットの消費者に的確に発信することにある。そうしたコミュニケーションの手法について学修する。						
授業の理解度の到達目標	マーケティングコミュニケーション手法及び応用についての理解を深める。						
授業キーワード	マーケティングコミュニケーション、IMC、ブランドコミュニケーション、広告						
授業の内容	マーケティングコミュニケーションの手法について、多くのケースを取り上げ議論する。						
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"> <li>1. マーケティングコミュニケーションとは</li> <li>2. マーケティングコミュニケーションのフレームワーク</li> <li>3. 統合マーケティングコミュニケーション</li> <li>4. 消費者意思決定プロセス</li> <li>5. マーケティングコミュニケーションの組織</li> <li>6. ブランドコミュニケーション（1）</li> <li>7. ブランドコミュニケーション（2）</li> <li>8. チャネルコミュニケーション</li> <li>9. 広告戦略①</li> <li>10. 広告戦略②</li> <li>11. 販売促進</li> <li>12. 広報の役割</li> <li>13. 口コミ</li> <li>14. e コミュニケーション</li> <li>15. まとめ</li> </ol>						
成績評価方法	講義への参加状況 40%、レポート 60%						
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	参考文献 清水公一編著『マーケティング・コミュニケーション』五紘社、2009						
参考図書	適宜紹介						
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	参考文献を指示するので、事前に読むことで、講義内容を十分理解できるようにする。						
学生へのメッセージ	何でも自由に議論したいと思う。						
オフィスアワー	水曜 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							