

マーケティング論		講義	教授 小関 広洋
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

マーケティングとは、顧客との関係を中心とした市場志向の企業活動であり、経営全般と深く関わっている。この講義では、マーケティング・プロセスの全体像と基本的な概念を説明する。マーケティングの概念と企業経営における役割を理解し、「マーケティング的思考」ができるようにな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

授業は、毎回配布するハンドアウト資料に沿って、講義形式で進める。また随時、事例研究も行う。理解の定着と考え方を養うため、原則として毎回、練習問題（記述式または穴埋め式）を課し、成績評価に反映する。

3. 授業計画

1. イントロダクション：マーケティングとは	9. サプライ・チェーンのマネジメント
2. マーケティング・ミックス（マーケティングの 4P）	10. 競争戦略：市場地位と戦略
3. 製品（Product）と価格（Price）	11. 製品・産業のライフサイクル
4. 流通（Place）とプロモーション（Promotion）	12. 流通チャネル
5. マーケティング組織	13. 顧客関係のマネジメント
6. 事業ドメインと製品ポートフォリオ	14. ブランドのマネジメント
7. 消費者行動と市場セグメンテーション	15. まとめ
8. 業界構造とポジショニング	

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

毎回の授業を受講するまでに、前回の授業内容を復習しておくこと。さらに、授業中に指示された事項について、調べておくこと。なお、これらの準備学修には、2 時間以上が必要である。

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

練習問題については、授業の中でポイントを解説する。試験については、実施の際に出題意図を説明する。

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、企業の活動をこれらの概念を用いて説明し評価できる。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取り組み姿勢（授業中の練習問題への評価を含む）50%、定期試験の成績 50%によって評価する。

8. テキスト・参考文献

毎回配布するハンドアウトのほか、テキストとして沼上幹（2018）『わかりやすいマーケティング戦略』（有斐閣アルマ）を使用する。

9. 受講上の留意事項

新聞やニュースなどを通じて、日頃から企業に関する情報に関心を持つこと。

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。本授業は、金融機関およびコンサルティング業務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。