

科目名	マーケティング基礎論	科目分類	■専門科目群（第1グループ） □総合科目群（第2グループ）
			経済学科 □必修 ■選択 学科 □必修 □選択
英文表記	Basics of Marketing	開講年次	□1年 ■2年 □3年 □4年
ふりがな	さかもと こういち	開講期間	□前期 ■後期 □通年 □集中
担当者名	坂元 浩一	修得単位	2単位
授業のテーマ	マーケティングについて、一般的な戦略や方針と具体的な事例を学ぶ。		
到達目標	この授業の単位を修得した場合、次のような知識・能力を修得できます。 1. マーケティングについて、全体的内容と主要業種・企業の戦略・方針を理解できるようになります。 2. マーケティングに関するニュースを理解できるようになります。		
授業概要	本講義は、経営学の重要な分野であるマーケティングを対象とします。マーケティングは、モノやサービス（たとえば、スターバックス）の販売を促進する戦略や方針ですが、今日モノや室内のデザイン、そして広告などまでの幅広い分野を対象とします。 主な業界の実態を把握しつつ、当該企業が採るマーケティングの戦略や方針を理解します。グローバル化する今日に鑑みて、日本および世界の多国籍企業についても論じます。本講義は、「サービス・マーケティング」と同時に開講されますので、メーカーを中心とします。 下記の参考書、『マーケティング戦略』に準拠して進めます。		
授業計画			
第1回	イントロダクション（主な内容、アプローチ）		
第2回	経済、経営におけるマーケティング		
第3回	序章 マーケティング戦略への招待		
第4回	第Ⅰ部 市場の選択： 第1章 事業機会の選択		
第5回	第Ⅰ部 市場の選択： 第2章 事業領域の選択		
第6回	第Ⅰ部 市場の選択： 第3章 標的市場の選択		
第7回	第Ⅱ部 市場の分析： 第4章 市場データ分析		
第8回	第Ⅱ部 市場の分析： 第5章 消費者行動分析		
第9回	第Ⅱ部 市場の分析： 第6章 競争分析		
第10回	第Ⅱ部 市場の分析： 第7章 流通分析		
第11回	第Ⅲ部 市場への対応： 第8章 製品対応		
第12回	第Ⅲ部 市場への対応： 第9章 価格対応		
第13回	第Ⅲ部 市場への対応： 第10章 コミュニケーション対応		
第14回	第Ⅲ部 市場への対応： 第11章 流通チャネル対応		
第15回	第12章 競争対応 および まとめ		
第16回	定期試験		

授業時間外の学習	1. 授業で配るプリントや課題に十分に取り組んでください。(1時間程度) 2. 日頃から日本経済新聞やその他の経済誌に目を通すようにしてください。(0.5時間程度)
履修条件 受講のルール	なし
テキスト	なし(下記の『マーケティング戦略』に準拠して進めます)
参考文献・資料	和田充夫他『マーケティング戦略』第5版、有斐閣アルマ、2016年。 平野敦士カール(監修)『大学4年間のマーケティング見るだけノート』宝島社、2018年。 武井寿他『現代マーケティング論』第2版、実教出版、2018年。 三浦俊彦他『グローバル・マーケティング戦略』有斐閣アルマ、2017年。 石井淳蔵他『ゼミナール マーケティング入門』第2版、日本経済新聞出版社、2013年。 石井淳蔵他『1からのマーケティング』第3版、碩学舎(中央経済社)、2014年。 高橋秀雄『サービス業の戦略的マーケティング』第2版、中央経済社、2004年。 坂元浩一『教養系の国際経済論—総理解から次の一歩まで—』(電子書籍)大学教育出版、2012年。
成績評価の方法	【小テスト・レポート(40%)、定期試験(60%)】 上記評価項目を基にして総合的に判断します。 ・出席回数が規定に満たない場合及び授業料その他納入金等の全額を納めていない場合は、試験を受けることができません。 ・出席確認時に不在だった場合は、原則としてその回は欠席とします。 ・授業中に無許可で退出した場合は欠席とします。 ・授業の理解および予習・復習が充分であるかを確認するため、授業中にミニ・テストを行うことがあります。
オフィスアワー	毎週火曜日・金曜日 14:30~16:30 これ以外の時間帯も、在室時は可能な限り対応します。
成績評価基準	平成28年度(2016)以降入学した学生 秀(100~90点)、優(89~80点)、良(79~70点)、可(69~60点)、不可(59点以下) 平成27年度(2015)以前に入学した学生 優(100~80点)、良(79~70点)、可(69~60点)、不可(59点以下)
学生への メッセージ	本授業では、身近な商品や業界を取り上げながら、マーケティングに関する全体的な内容と主な戦略・方針を理解してもらいます。 筆者のこれまでの多くの海外経験を生かして、主な国や都市におけるマーケティングの展開について説明します。