

科目名	マーケティング 基礎論	科目分類	■ 専門科目群 □ 総合科目群	
			経済 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	
			開講期間	■ 前期 □ 後期 □ 通年 □ 集中
ふりがな	さかもと こういち	実務家教員担当科目		修得単位
担当者名	坂元 浩一	実施方法	■ 対面のみ □ 遠隔のみ □ 対面・遠隔併用	
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びます。			
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. データサイエンスを含む、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	<p>本授業は、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（例えば、車やコーヒー）やサービス（例えば、スターバックス）の販売を促進する戦略や方針です。今日、モノが存在する室内のデザインから広告などまでの幅広い分野を対象とします。</p> <p>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一般的な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説明します。今後「サービス・マーケティング」が開講されますので、この科目の履修を薦めます</p> <p>下記の参考書、『マーケティング戦略』に準拠して進めます。</p> <p>令和5年4月に開設される経済データサイエンスコースにおいて、マーケティングは重要な分野です。ビッグデータを使ったデジタル・マーケティングは、現実の世界でかなり使われています。来年に向けて、データサイエンスの実例を後半の授業を中心に説明します。</p>			
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	マーケティング戦略への招待			
第4回	市場の選択： 事業機会の選択			
第5回	市場の選択： 事業領域の選択			
第6回	市場の選択： 標的市場の選択			
第7回	市場の分析： 市場データ分析			
第8回	市場の分析： 消費者行動分析			
第9回	市場の分析： 競争分析			
第10回	市場の分析： 流通分析			
第11回	市場への対応： 製品対応			
第12回	市場への対応： 価格対応			
第13回	市場への対応： コミュニケーション			
第14回	市場への対応： 流通チャネル対応			
第15回	市場への対応： 競争対応			
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。同書の要旨を配ります。
参考文献・資料	<p>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。</p> <p>武井寿他『現代マーケティング論』第2版、実教出版、2018年。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
成績評価の方法	<p>【レポート・小テスト(40%)、定期試験(60%)】</p> <p>上記評価項目を基にして総合的に判断します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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・復習が充分であることを確認するため、授業中にミニ・テストを行うことがあります。 <p>※出席回数が規定に満たなかった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。</p>
オフィスアワー	<p>月曜日 14時～15時</p> <p>木曜日 14時～15時</p>
成績評価基準	秀(100～90点)、優(89～80点)、良(79～70点)、可(69～60点)、不可(59点以下)
実務経験及び実務を活かした授業内容	
学生へのメッセージ	<p>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。</p> <p>教員（坂元）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も説明します。</p>