

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	
			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	2 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	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、コーヒーや車）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。 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。理解を深めるために、欧米の行事に即したマーケティングやコンビニなどの店頭の商品を取り上げます。 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。 本授業でアメリカ発のマーケティングの用語を学び、後期の国際コミュニケーション論でマーケティングを英語で学んでください。				
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の基本				
第4回	市場の選択： 製品対応				
第5回	市場の選択： 価格対応				
第6回	市場の選択： 流通チャネル				
第7回	市場の選択： プロモーション				
第8回	市場の選択： 標的市場の選択				
第9回	市場の分析： 競争分析				
第10回	市場への対応： 競争戦略				
第11回	事例1 年間の商戦				
第12回	事例2 コンビニなど流通企業				
第13回	事例3 製パン業などメーカー				
第14回	事例4 スターバックスなど外国企業				
第15回	事例5 高級ブランド				
第16回	定期試験				
授業時間外の学習	1. 授業で紹介するサイ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。
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。 武井寿他『現代マーケティング論』第2版、実教出版、2018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。 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『1からのマーケティング』第3版、碩学舎（中央経済社）、2014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。 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—総合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	【レポート・小テスト(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。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に授業中に行うミニ・テストも評価に含めます。 ・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。 ※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。
オフィスアワー	火曜日、木曜日 14時～15時
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	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。 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。