

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		
			経済学部	□必修 ■選択	
			総合政策部	□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	くろさか かずひこ	実務家教員担当科目	○	修得単位	2単位
担当者名	黒坂 和彦	実施方法	■対面のみ □遠隔のみ □対面・遠隔併用		
授業のテーマ	マーケティング活動を進めるうえでの基礎知識や理論を学ぶ。具体的な事例を通して理解を深め、マーケティングの全体像をつかむことを目指す。				
到達目標	1. マーケティングの基礎知識や理論を習得し、マーケティング戦略における主要なフレームワークを活用できるようになる。 2. 身近な製品やサービスまたは興味を持った企業等の活動について、主体的に分析・考察ができるようになる。				
授業概要	マーケティングとは、商品やサービスが自然に売れる仕組みを構築する活動です。この仕組みには、市場調査や商品開発に加え、営業、広告、販促、販売等多くのプロセスが含まれます。 本授業では、マーケティングについての入門書をテキストとして使用しますが、企業等の具体的な事例を交えながら学習を進めます。また、実際のビジネスの世界で重要とされる、商品以外の要素を活かした戦略の考え方を身につけ、商品の売れる仕組みを深く理解していきます。				
授業計画 テキストと講義資料を併用して授業を進行します。					
第1回	イントロダクション				
第2回	マーケティングの考え方				
第3回	マーケティングのエッセンス				
第4回	マーケティングのための戦略的視点				
第5回	マーケティングの環境のとらえ方（1）				
第6回	マーケティングの環境のとらえ方（2）				
第7回	マーケティング・リサーチ				
第8回	消費者の理解				
第9回	セグメンテーションとターゲティング（1）				
第10回	セグメンテーションとターゲティング（2）				
第11回	ポジショニング（1）				
第12回	ポジショニング（2）				
第13回	マーケティング・ミックス（1）				
第14回	マーケティング・ミックス（2）				
第15回	まとめ				
第16回	定期試験				
授業時間外の学習	・授業前にテキストの該当箇所に通し、各章（4章除く）に記載のある「Column」については、感じたことをコメントできるようにしておいて下さい。（1時間程度） ・日頃から新聞（オンライン含む）、TV、ラジオ等でニュースを確認して、経済の動きに関心を持つようにして下さい。（0.5時間程度）				
履修条件 受講のルール	テキストに沿って授業を進行しますので、テキストを購入して下さい。				

テキスト	『はじめてのマーケティング』新版、久保田進彦・澁谷寛・須永努 著、有斐閣（有斐閣ストゥディア）、2023 年
参考文献・資料	『大学4年間のマーケティング見るだけノート』、平野敦士カール 監修、宝島社、2022 年
成績評価の方法	【レポート・小テスト（40%）、定期試験（60%）】 上記評価項目をベースにして総合的に判断します。 ・出席確認時に不在の場合は、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。 ・授業の理解及び予習・復習が十分であるか確認するため、授業中に小テストを行うことがあります。 ※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	月曜日 15:00～16:00、金曜日 14:00～16:00
成績評価基準	秀（100～90点）、優（89～80点）、良（79～70点）、可（69～60）、不可（59点以下）
実務経験及び実務を活かした授業内容	担当教員（黒坂）は、民間企業2社（ケミカル業界、製薬業界）で、香港や米国での駐在期間を含めて、長い間、マーケティング・販売の業務に携わりました。また、管理部門（法務、企画）の業務も経験しました。このような経験を踏まえて、皆さんが社会人になったときに役立つ内容も伝えていきたいと考えています。
学生へのメッセージ	マーケティングを学ぶことにより、ビジネスの流れがわかるようになります。将来的に皆さんが思い返せる授業内容となるように努めます。