

授業科目名	マーケティング introduction to Marketing	教員名	桑原 重雄 (実務経験のある教員)
		Eメールアドレス	skuwabara@miu.ac.jp
授業形態	講義	オフィスアワー	授業終了後随時 (327研究室)
科目番号	IBM101	担当形態	オムニバス
単位数	2	配当年次	1年
アクティブ・ラーニング	4-(1) 対話型講義 4-(10)グループワーク	卒業要件	必修 (ビジネスコース)
一般目標	<p>経済のサービス化、グローバル化、ICTの進展や消費者ニーズの多様化等、市場環境は変化している。環境変化や取引対象の変化に伴って、マーケティングの概念や対象にも変遷がある。しかしながら、その本質は、消費者ニーズを満たす価値を提供する仕組みづくりに集約される。本講義では、顧客創造に焦点を当て、企業の現場で直面するマーケティング上の課題に対してどのように取り組めばよいのか、どのような解決策があるのかを学びます。</p>		
到達目標	<p>社会人として欠かせないマーケティングの基本知識を身につける。 自ら企業のマーケティング戦略を評価し、戦略立案ができるようになる。</p>		
授業の概要	<p>授業では、マーケティングに用いる理論を取り上げ、具体的なケースを通じてマーケティングの基礎を修得する。修得したマーケティング知識を活用し自ら事例を取り上げ具体的なケースについて考察を行う。</p>		
ディプロマ・ポリシーとの関係	<p>MIUディプロマポリシーのうち、「1:クリティカル・シンキングをベースとした高度な思考能力を身につけている。」「2:各コースの教育を通じて基礎及び応用知識を身につけ、活用する能力を身につけている。」「3:課題発見及び問題解決能力を身につけている。」「4:情報技術活用能力を身につけている。」に関連 SPARCディプロマポリシーのうち、「DP2:俯瞰力/構想力」に関連</p>		
履修条件・注意事項			
授業計画	NO	授業の内容	授業外の学習課題
	1	オリエンテーション 授業内容、進め方、到達目標、成績評価方法の説明 宮崎のキャラクターとマーケティング (SPARC:地域学)	事前:マーケティングについてこれまでの経験・イメージなどをまとめておくこと。 (90分)
	2	マーケティングの基本 マーケティングとは	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	3	環境分析 外部環境 (PEST)・内部環境分析 (SWOT, 3C)	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	4	STP理論 セグメンテーション, ターゲティング, ポジショニング	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	5	マーケティング・ミックス (4P) 製品戦略 (1) 製品分類/製品ライフサイクル 宮崎県の特産物をもとに新製品を考察 (SPARC:地域学)	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	6	製品戦略 (2) イノベーター理論/キャズム理論	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	7	製品戦略 (3) パッケージング	事前:テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)

	8	価格戦略 (1) 価格設定/価格管理						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	9	価格戦略 (2) 需要曲線/競合製品 宮崎県の特産物をもとに価格戦略を考察 (SPARC:地域学)						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	10	流通戦略 流通チャネル (マーケティング・チャネル)						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	11	販売戦略 プロモーション・ミックス/広告戦略/販売促進						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	12	デジタル・マーケティング eコマース/Webマーケティング						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	13	顧客戦略 ニーズ・シーズ, 顧客価値, 顧客満足						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	14	顧客戦略 ブランド戦略, 消費者購買行動						事前：テキストの該当箇所に目を通しておくこと。(90分)
	15	企業の社会的責任						事前：「CSR」についてWeb等で事前に調べておくこと。(90分)
学生に対する 評価	試験	小テスト	課題	レポート	発表・実技	授業への参加・意欲	合計	
			40%	50%		10%	100%	
時間外の学習 について	<p>事前学習：90分 事後学習：90分</p> <ul style="list-style-type: none"> 事前学習の共通事項：テキストの該当箇所を読んでおくこと。別途課題を指示することがある。 事後学習の共通事項：テキスト・配布資料を再読し実際の事例や関連情報を収集し理解を深める。 							
テキスト	大山秀一 (2020) 『これだけは知っておきたい「マーケティング」の基本と常識【改訂版】』フォレスト出版							
参考書・ 参考資料等	<ul style="list-style-type: none"> 弘兼憲史・前田信弘 (2012) 『知識ゼロからのマーケティング入門』幻冬舎 恩蔵直人 (2021) 『マーケティング<第2版>』日経BP <p>レポート作成については、下記参考書を査読して作成すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> 桑田てるみ (2021) 『学生のレポート・論文作成トレーニング 改訂版』実況出版 井下千以子 (2019) 『思考を鍛えるレポート・論文作成法』慶應義塾大学出版会 							
備考	担当教員は、大手電機メーカー、システムインテグレーターでのエンジニア、プロジェクトマネージャとしての経験、知識を活かし、ビジネス、ICT、データ分析等についての講義を行う。							